

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE JUGO NATURAL DE SANDIA DESTINADA
AL MERCADO COLOMBIANO, UBICADA EN EL BARRIO DE CARCELÉN AL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.”

AUTORA:

DANIELA CRISTINA MÉNDEZ POSLIGUA

DIRECTOR:

RODNEY TAPIA

QUITO, DICIEMBRE DEL 2011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos, opiniones, conclusiones y demás contenidos desarrollados en el presente trabajo son propiedad de la autora.

Quito, Diciembre 2011

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Betty y Fernando y a mis hermanas Vanessa y Paola; quienes han sido el pilar fundamental de mi vida y un gran ejemplo de perseverancia a lo largo de mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por mostrarme el camino correcto en la búsqueda de nuevos logros personales y profesionales.

A las autoridades y profesores de la Universidad Politécnica Salesiana, por todos los conocimientos impartidos durante mi preparación universitaria.

A mi profesor y tutor, Rodney Tapia, a quien agradezco infinitamente su amistad y todos los conocimientos que supo enseñarme en las aulas y para la realización de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1	La producción de jugos y consumo en Colombia19 - 20
1.2	Antecedentes de la fruta21
1.2.1	Origen de la sandia21
1.2.2	Descripción21
1.2.3	Morfología22 - 24
1.2.4	Valor nutritivo25
1.2.5	Beneficios de la sandia26 - 27

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Objetivo del estudio de mercado28
2.1.1	Objetivo general28
2.1.2	Objetivos específicos28
2.2	Identificación del bien o servicio29
2.3	Mercado del Proyecto30
2.3.1	Entorno físico y demográfico30 - 31
2.3.2	Entorno económico32 - 34
2.3.3	Entorno social35
2.3.4	Entorno tecnológico35
2.3.5	Entorno cultural36 - 37
2.3.6	Entorno educación38
2.4	La demanda39
2.4.1	Factores que afectan la demanda39
2.4.1.1	Ingresos39
2.4.1.2	Gustos y preferencias39 - 40
2.4.2	Determinación de la demanda41 - 43

2.4.3	Comportamiento histórico de la demanda44
2.4.4	Proveedores de jugos por Colombia45
2.4.5	Proyección de la demanda46
2.4.6	Proyección de la demanda futura46
2.4.7	Consumo de la demanda aparente de jugos naturales en Colombia ...	47
2.5	La oferta49
2.5.1	Competencia49
2.5.1.1	Principales proveedores41 - 51
2.5.2	Régimen de mercado52
2.5.3	Proyección de la oferta (productos)53
2.5.4	Demanda insatisfecha55
2.6	Precios55
2.6.1	Los precios existentes en el mercado local56 - 57
2.7	La comercialización58
2.7.1	Estructura de los canales de distribución59
2.7.2	Selección de los canales de distribución60
2.7.3	Presentación del producto60
2.7.3.1	Atributos61
2.7.3.2	Características62
2.7.3.3	Embase, embalaje y diseño63
2.7.4	Tipo de promoción y publicidad63
2.7.4.1	Medios de comunicación63
2.7.4.2	Páginas web65
2.7.4.3	Informativos en redes sociales65
2.7.4.4	Mailing65
2.7.4.5	Anuncios publicitarios65

CAPITULO III

ESTUDIO DEL TAMAÑO

3.1	Capacidad del proyecto66
3.1.1	Factores que condicionan el tamaño del proyecto66 - 67
3.1.2	Tamaño óptimo del proyecto68
3.1.2.1	Crecimiento del mercado68
3.2	Estudio de localización69
3.2.1	Macro localización70
3.2.1.1	Proximidad y disponibilidad del mercado y materia prima71 - 74
3.2.1.2	Disponibilidad de mano de obra75
3.2.1.3	Factibilidad de transporte76 - 78
3.2.2	Micro localización79
3.2.2.1	Disponibilidad de servicios públicos80
3.2.3	Factores locacionales80
3.2.3.1	Costos de transferencia80
3.2.3.1.1	Costos de carga80
3.2.3.1.2	Costos de descarga80
3.2.3.1.3	Seguros y fletes80
3.2.4	Otros factores locacionales81
3.2.4.1	Disponibilidad de costos que tenemos81

CAPITULO IV

INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1	Definición del proceso de producción82
4.1.1	Descripción del proceso productivo83 - 85
4.2	Flujograma del proceso de producción86
4.3	Distribución de las instalaciones90 - 93
4.4	Requerimientos de recursos94
4.4.1	Requerimiento de tecnología94 - 112

4.5	Balance de la producción113
------------	---------------------------------	----------

CAPITULO V

COMERCIO EXTERIOR

5.1	Descripción del producto para su exportación114
5.2	Requisitos para ser Exportadores en la Aduana115
5.3	Regímenes aduaneros115
5.3.1	Régimen aduanero de exportación115
5.4	Trámite en la Aduana116
5.4.1	Declaración de exportaciones116
5.4.2	Fase de Pre – embarque116
5.4.3	Fase de Post – embarque117 - 119
5.5	Incoterm120 - 124
5.6	Acuerdos Internacionales125
5.7	Certificados y autorizaciones126 - 128
5.8	Formas de cobro para la exportación129
5.9	Flete130 - 131

CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

6.1	Presupuesto de inversiones132
6.1.1	Cuadro de inversiones en obra física132 - 133
6.1.2	Inversiones en equipamiento134
6.1.3	Cuadros de salarios del personal135 - 137
6.1.4	Cuadros de inversiones en materiales138
6.1.4.1	Materiales directos139 - 140
6.1.4.2	Materiales indirectos141 - 142
6.1.5	Servicios generales143

6.1.6	Maquinaria y equipo tecnológico144
6.1.7	Depreciaciones145
6.1.7.1	Depreciaciones Área de producción146 - 147
6.1.7.2	Depreciaciones Área administrativa148 - 150
6.1.8	Costos del proyecto151
6.1.8.1	Costos de producción151 - 152
6.1.8.2	Gastos de constitución153
6.1.8.3	Gastos administrativos153 - 154
6.1.9	Gastos de ventas155
6.1.10	Gastos financieros156
6.1.10.1	Financiamiento externo157 - 158
6.1.11	Capital de trabajo159
6.1.12	Ingresos del proyecto160
6.2	Elaboración del flujo de fondos con financiamiento161
6.3	Elaboración del flujo de fondos sin financiamiento162
6.4	Balances pro-forma163
6.4.1	Balances de Situación Inicial163
6.4.2	Estado de Resultados Proyectados164
6.4.3	Balance General Proyectado165
6.5	Evaluación financiera166
6.5.1	Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)166
6.5.1.1	Cálculo de TMAR con financiamiento166
6.5.1.2	Cálculo de TMAR sin financiamiento.167
6.5.2	Valor actual neto (VAN)167
6.5.2.1	Cálculo del VAN con financiamiento168
6.5.2.2	Cálculo del VAN sin financiamiento169
6.5.3	Tasa interna de retorno (TIR)170
6.5.3.1	Cálculo del TIR con financiamiento171
6.5.3.2	Cálculo del TIR sin financiamiento172
6.5.4	Punto de equilibrio173
6.5.4.1	Costos fijos y variables173

6.5.4.2	Punto de equilibrio en unidades174
6.5.4.3	Punto de equilibrio en valores174
6.5.5	Razones financieras175
6.5.5.1	Razones de liquidez176
6.5.5.2	Tasas de apalancamiento176
6.5.5.3	Tasas de rentabilidad177

CAPITULO VII

ANÁLISIS LEGAL Y ORGANIZACIONAL

7.1	Aspectos legales180
7.1.1	Marco legal interno del proyecto180
7.1.2	Trámites de constitución de la empresa180 - 181
7.1.3	Base legal de la constitución de la empresa182
7.1.4	Ordenanzas municipales183
7.1.4.1	RUC183
7.1.4.2	Permiso de funcionamiento184
7.1.4.3	Permiso de cuerpo de bomberos185
7.1.4.4	Inscripción en la Cámara de Comercio de Quito186
7.1.4.5	Registro Mercantil186
7.2	Cultura organizacional de la empresa187
7.3	Razón social187
7.4	Visión188
7.5	Misión188
7.6	Objetivos estratégicos188
7.7	Políticas189
7.8	Análisis FODA190 - 194
7.9	Organigrama Estructural195
7.10	Estructura funcional y operativa196 - 203

CAPITULO VIII
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1	Conclusiones204 - 206
8.2	Recomendaciones206

	Bibliografía207 - 208
--	--------------	----------------

ÍNDICE DE CUADROS

1.	Valor nutritivo de la sandia	25
2.	Proveedores de jugos de frutas por Colombia	45
3.	Cifras anuales de importaciones por Colombia	46
4.	Proyección de la demanda futura de jugos de frutas	47
5.	Exportación de jugos de frutas por Colombia	48
6.	Consumo natural aparente	48
7.	Competencia en el mercado	50
8.	Lista de mercados importadores de jugos exportado a Ecuador	51
9.	Cifras anuales de exportaciones de jugos	53
10.	Cifras proyectadas de la oferta de jugos	54
11.	Demanda insatisfecha	55
12.	Precios en el mercado colombiano	56
13.	Precios en el mercado colombiano al 2010	57
14.	Distribución de las instalaciones	90
15.	Maquinaria requerida para el proyecto	94
16.	Cuadro general de equipos	105 - 106
17.	Cuadros de inversión de obra física	132 - 133
18.	Cuadros de inversión de equipamiento	134
19.	Mano de obra (Año1)	136
20.	Mano de obra (Año2)	137
21.	Proyección de salarios del personal	138
22.	Requerimiento de materia prima	139
23.	Requerimiento anual de materia prima	140
24.	Costos de materiales directos	141
25.	Requerimiento anual de materiales directos	142
26.	Servicios generales	143
27.	Cuadro de maquinaria y equipo tecnológico.	144
28.	Depreciación edificio bloque de producción	146
29.	Depreciación maquinaria y equipo	147

30.	Depreciación de vehículos147
31.	Depreciación edificio bloque administrativo148
32.	Depreciación de muebles y enseres149
33.	Depreciación de equipo de oficina150
34.	Depreciación de equipo de computación150
35.	Costos de producción152
36.	Gastos de constitución153
37.	Gastos administrativos154
38.	Gastos de ventas155
39.	Financiamiento del producto156
40.	Gastos financieros157
41.	Tabla de amortización del préstamo bancario158
42.	Capital de trabajo159
43.	Presupuesto de ingresos del proyecto160
44.	Flujo de fondos con financiamiento161
45.	Flujo de fondos sin financiamiento162
46.	Estado de resultados proyectado164
47.	Balance general proyectado165
48.	Cálculo del VAN con financiamiento168
49.	Cálculo del VAN sin financiamiento169
50.	Cálculo de la TIR con financiamiento171
51.	Cálculo de la TIR sin financiamiento172
52.	Costos fijos y variables173

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Planta de sandia22
2.	Hoja de sandia23
3.	Mapa de Colombia30
4.	Tipos de canales de distribución58
5.	Etiqueta delantera60
6.	Etiqueta posterior61
7.	Diario EL TIEMPO63
8.	Canales de televisión64
9.	Mapa de Ecuador71
10.	Mapa de ubicación (origen-destino)77
11.	Mapa de vías acceso (Planta)78
12.	Ubicación de la planta.79
13.	Flujograma del proceso productivo para la elaboración del jugo de sandia86 - 88
14.	Flujo de materiales89
15.	Distribución espacial del la planta área de producción92
16.	Distribución espacial de la planta área administrativa93
17.	Lavador de fruta95
18.	Despulpador de fruta96
19.	Plataforma evaporadora97
20.	Tanque disolvente de azúcar97
21.	Bomba de transferencia de solución de azúcar98
22.	Filtro99
23.	Tanque homogeneizador99
24.	Cambiador tubular de calor100
25.	Bomba de transferencia101
26.	Máquina envasadora de jugo102
27.	Sistema de tapado de envases103
28.	Máquina etiquetadora104
29.	Carretilla104

30.	Camioneta105
31.	Equipo de limpieza109
32.	Equipo de computación110
33.	Impresora multifuncional Epson101
34.	Teléfono Alámbrico112
35.	Determinación de la producción del proyecto113
36.	Partida arancelaria de otros jugos provenientes de frutas114
37.	Servicio de transporte terrestre130
38.	Empaque130
39.	Envase plástico transparente131
40.	Embarque131
41.	Punto de equilibrio175
42.	Razón social187
43.	Organigrama estructural de la empresa195

ÍNDICE DE ANEXOS

1. Formulario DAU210
2. Cotización muebles y enseres211
3. Cotización equipos de computación212
4. Cotización materia prima213
5. Cotización materiales indirectos214
6. Correo electrónico cotización flete215
7. Permiso de funcionamiento de los bomberos216
8. Minuta de constitución para constitución para sociedad anónima.217 - 218
9. Financiamiento CFN219 - 222

RESUMEN EJECUTIVO

La poca creatividad de aprovechar la fruta que nuestro país nos provee nos incentiva a buscar nuevas oportunidades de fomentar una cultura productora a las empresas. De esta manera la producción nacional sería aún mayor para poder cubrir la demanda local y la demanda internacional.

La mayoría de las empresas que comercializan bebidas de toda índole son solamente importadoras de las mismas sin tener una visión de producir y exportar. La falta de una planificación estratégica en cuánto a buscar nuevas oportunidades de negocio tanto nacional como internacionalmente limita a que solo las empresas se dediquen a traer estos productos.

De esta manera dejamos de proteger la producción nacional y la empobrecemos, se pierden muchos recursos por no aprovecharlos e incluso la mano de obra que sería necesaria para la producción ya no la consideraríamos.

Diversos son los factores que afectan a la economía del Ecuador ya sea esta la importación y la No producción de productos. Es evidente que no contamos con la tecnología suficiente como para alcanzar buenos niveles de productividad pero contamos con los recursos naturales necesarios para poder emprender un nuevo negocio con un objetivo de exportar y darse a conocer en el exterior. Ser una organización que tenga en consideración todos los factores que puedan afectarla interna y externamente.

En efecto, una empresa que puede producir y tiene los recursos necesarios para ser competitiva es un factor determinante a la hora de decidir qué, cómo, cuando y dónde producir.

El mercado de bebidas ha ido creciendo en los últimos años, ahora contamos con bebidas para cualquier tipo de necesidad que tiene el cliente. Por ello sigue este mercado en constante evolución. El jugo natural tiene una gran acogida en este amplio mercado

de bebidas, de esto surge la idea de producirlo y llegar a competir con demás bebidas para dar un valor agregado a quienes lo consuman.

Nuestra planta tendrá lugar en el norte del distrito metropolitano de Quito, y produciremos un jugo proveniente de la Sandia para después exportarlo a la ciudad de Bogotá en Colombia. Por la cercanía de nuestro mercado objetivo, el Incoterm que hemos determinado para la transacción es FCA.

Nuestros clientes potenciales serán principalmente nuestros importadores quienes son los supermercados para que posterior a esto distribuyan a las tiendas a los alrededores de la ciudad destino.

Colombia, un país en el que todo se produce inclusive mucho de estos jugos naturales, es un mercado amplio pero no cuenta con una bebida como la de Sandia.

La relación económica – política entre Ecuador y Colombia en los últimos tiempos se ha visto afectada de varias maneras, pero justamente este es una razón primordial para nuevamente hacer negocios y mantener un comercio justo capaz de que las partes resulten beneficiados por las negociaciones.

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1 La producción de jugos y consumo en Colombia¹

El consumo de frutas en la dieta humana es de vital importancia por el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua, y otros nutrientes, además de la satisfacción de consumir un producto de características sensoriales tan variadas y agradables. En países tropicales como Colombia, la diversidad de frutas producidas es amplia, gracias a los diferentes climas y ecosistemas que naturalmente existen en nuestra geografía.

A pesar de esta diversidad, en Colombia el consumo de frutas promedio por persona es de aproximadamente 40 kg. al año, siendo el recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) de 120 kg. para lograr una dieta adecuada.

El aumento puede atribuirse en parte al mayor consumo de jugos de frutas en los últimos años. Es importante anotar que recientemente ha habido un mayor interés de la población, reforzado por la publicidad, por reemplazar en su dieta el consumo de gaseosas por el de bebidas a base de pulpas de frutas como los jugos o néctares. Las mayores empresas de gaseosas y cervezas del país abrieron las líneas de producción de jugos a fin de atender esta demanda que se ha desarrollado a nivel mundial y por reflejo en Colombia.

Este aumento en el consumo de jugos ha generado una necesidad de desarrollo en el sector agroindustrial.

¹ PROCESAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS,
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm>

Este desarrollo está ligado con el aumento de los cultivos tecnificados de aquellas especies de frutas con amplias posibilidades de ser comercializadas tanto para consumo en fresco como en la elaboración de productos derivados que tengan un mayor tiempo de conservación.

Lo real es que debido a la insuficiente calidad y cantidad de fruta producida en Colombia, la agroindustria ha decidido importar una elevada cantidad de pulpa destinada a la elaboración de jugos.

Ahora bien, es crítico que Colombia logre autoabastecerse lo antes posible de aquellas frutas que consume la industria, porque de lo contrario se corre el riesgo de transformar la oportunidad que es poder vender las materias primas nacionales a la industria, en un problema como sería la dependencia de importarlas. Esto traería inconvenientes de diferente orden tanto para los actuales agricultores, como para los procesadores y aún para los consumidores nacionales.

1.2 Antecedentes de la fruta

1.2.1 Origen de la Sandia²

Es una planta de la familia de la Cucurbitácea. De origen africano, hoy se cultiva muy extensamente por su fruto, una pepónide de enorme tamaño (el récord entre las frutas fue una sandía de 122 kg) y muy apreciada en la gastronomía. Es originaria de África pero de gran difusión histórica en Asia. Es una planta trepadora anual, dicotiledónea, herbácea, áspera, con tallo rastrero piloso provisto de zarcillos y hojas de cinco lóbulos profundos, flores amarillas, grandes y unisexuales. Las flores femeninas tienen el gineceo con tres carpelos, y las flores masculinas tienen cinco estambres.

1.2.2 Descripción

El fruto de la planta es grande, en pepónide, carnoso y jugoso (más del 90% de la sandía es agua), con numerosas semillas, casi esférico, verdoso, pulpa de color rosado o rojo por el antioxidante licopeno (también presente en los tomates), y de carne generalmente de sabor dulce y muy apreciada por ser refrescante y rica en agua y sales. Se la suele considerar importante para dietas de adelgazamiento por contener pocas calorías.

Es una fruta dulce que proviene de la planta rastrera que crece en el suelo. Es una de las frutas más grandes del mundo, llegando normalmente a más de 4 kilos. Su textura es lisa sin porosidades, de color verde en dos o más tonos. Por dentro es jugosa y acuosa, normalmente de color rojo o rosado y con semillas que pueden llegar a medir 1 cm de longitud, de color marrón, negro o blanco.

² Real Jardín Botánico: Proyecto Anthos. Consultado el 27 de noviembre de 2009.

1.2.3 Morfología³

La Sandia proviene de la familia de la Cucurbitácea. Su nombre científico es *Citrulluslanatus* (Thunb).

Gráfico 1.

Planta de sandia



Planta

Anual herbácea, de porte rastrero o trepador.

Sistema radicular

Muy ramificado. Raíz principal profunda y raíces secundarias distribuidas superficialmente. Actualmente este órgano carece de importancia, ya que alrededor del 95 % de la sandía se cultiva injertada, totalmente afín con la sandía.

³ Real Jardín Botánico: Proyecto Anthos. Noviembre 2009.
http://es.wikipedia.org/wiki/Citrullus_lanatus

Tallos

En estado de 5-8 hojas bien desarrolladas el tallo principal emite las brotaciones de segundo orden a partir de las axilas de las hojas.

En las brotaciones secundarias se inician las terciarias y así sucesivamente, de forma que la planta llega a cubrir 4-5 metros cuadrados. Se trata de tallos herbáceos de color verde, recubiertos de pilosidad que se desarrollan de forma rastrera, pudiendo trepar debido a la presencia de zarcillos bífidos o trifidos, y alcanzando una longitud de hasta 4-6 metros.

Hoja

Peciolada, pinnado-partida, dividida en 3-5 lóbulos que a su vez se dividen en segmentos redondeados, presentando profundas entalladuras que no llegan al nervio principal. El haz es suave al tacto y el envés muy áspero y con nerviaciones muy pronunciadas. El nervio principal se ramifica en nervios secundarios que se subdividen para dirigirse a los últimos segmentos de la hoja, imitando la palma de la mano.

Gráfico 2.

Hoja de sandia



Flores

De color amarillo, solitario, pedunculado y axilar, atrayendo a los insectos por su color, aroma y néctar (flores entomógamas), de forma que la polinización es entomófila. La corola, de simetría regular o actinomorfa, está formada por 5 pétalos unidos en su base. El cáliz está constituido por sépalos libres (dialisépalo o corisépalo) de color verde.

Existen dos tipos de flores: masculinas o estaminadas y femeninas o pistiladas, coexistiendo los dos sexos en una misma planta, pero en flores distintas (flores unisexuales). Las flores masculinas disponen de 8 estambres que forman 4 grupos soldados por sus filamentos.

Las flores femeninas poseen estambres rudimentarios y un ovario ínfero vellosos y ovoide que se asemeja en su primer estadio a una sandía del tamaño de un hueso de aceituna (fruto incipiente), por lo que resulta fácil diferenciar entre flores masculinas y femeninas. Estas últimas aparecen tanto en el brote principal como en los secundarios y terciarios, con la primera flor en la axila de la séptima a la décimo primera hoja del brote principal. Existe una correlación entre el número de tubos polínicos germinados y el tamaño del fruto.

Fruto

Baya globosa u oblonga en pepónide formada por 3 carpelos fusionados con receptáculo adherido, que dan origen al pericarpo. El ovario presenta placentación central con numerosos óvulos que darán origen a las semillas. Su peso oscila entre los 2 y los 20 kilogramos. El color de la corteza es variable, pudiendo aparecer uniforme (verde oscuro, verde claro o amarillo) o a franjas de color amarillento, grisáceo o verde claro sobre fondos de diversas tonalidades verdes.

La pulpa también presenta diferentes colores (rojo, rosado o amarillo) y las semillas pueden estar ausentes (frutos triploides) o mostrar tamaños y colores variables (negro, marrón o blanco), dependiendo del cultivar.

1.2.4 Valor Nutritivo

El valor nutritivo de la sandia se da por cada 100 gramos, de la siguiente manera:

Cuadro No. 1

Valor nutritivo de la sandia

(Por cada 100 gramos)

COMPUESTO	CANTIDAD
Calorías	32
Agua	91.51 g
Carbohidratos	7.18 g
Grasas	0.43 g
Proteínas	0.62 g
Fibra	0.5 g
Cenizas	0.26 g
Calcio	8 mg
Fósforo	9 mg
Hierro	0.17 mg
Potasio	116 mg
Magnesio	11 mg
Tiamina	0.08 mg
Riboflavina	0.02 mg
Niacina	0.2 mg
Ácido ascórbico	9.6 mg

Fuente: USDA http://www.nal.usda.gov/fnic/cgi-bin/list_nut.pl,
<http://www.fao.org/inpho/content/documents/vlibrary/ae620s/Pfrescos/SANDIA.HTM>

Elaborado por: Autora

La sandía una fruta de delicioso sabor con grandes aplicaciones y beneficios, ya que contiene cualidades que pueden ser aprovechadas en la industria de los jugos, pulpas, mermeladas, licores, aromas, entre otras.⁴

1.2.5 Beneficios de la Sandía ⁵

La sandía suele ser consumida tanto por su exquisito sabor como por sus propiedades nutricionales, además de actuar como un poderoso hidratante al contar con grandes cantidades de líquido en su pulpa. Existen más de 50 especies de este fruto, pero los beneficios de la sandía son muy similares en todos los casos.

- **Antioxidante:** El licopeno (es la sustancia que da el color rosa característico a este fruto) proporciona una acción que impide la producción de radicales libres, los cuales tiene un efecto en cadena que causa daños a nivel celular.
- **Limpia los intestinos:** Debido a su gran cantidad de fibra, ayuda en todo el proceso digestivo y hace que se elimine con mayor facilidad los productos de desecho.
- **Tensión arterial:** Debido a todas sus sustancias nutritivas ocasiona un equilibrio en el sistema circulatorio, manteniendo la tensión arterial en rangos normales.
- **Sistema nervioso:** Por contener potasio, mejora los impulsos nerviosos haciendo que su transmisión al organismo se efectuó de manera normal.
- **Hidrata:** Debido a que el 90% de la sandía es agua, se considera como una excelente opción para mantener un correcto estado de hidratación.

⁴ Portal “Alimentación Sana” ,<http://www.alimentacion.sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/sandia.htm>

⁵ Otra Medicina ,<http://www.otramedicina.com/2010/02/16/beneficios-de-la-sandia>

- **Adelgaza:** el valor calórico es de aproximadamente 20 calorías por cada 100 gramos de sandia, por lo cual hace de este fruto una opción idónea para introducir en la dieta, además que provoca una sensación de saciedad rápida.

- **Depurativo:** Debido a sus propiedades nutritivas, la sandia desintoxica el organismo ya que tiene una función coadyuvante con el hígado sintetizando componentes grasos complejos, además de fabricar bilis.

- **Vías urinarias:** Ayuda a los riñones a cumplir su función, posiblemente sea debido a su gran cantidad de agua y a que su asimilación es simple en el organismo haciendo que la carga de toxinas sea mínima.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo permite determinar las variables que incidirán en los consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se va a ofertar en el mercado. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del producto o servicio corresponden a las que desea adquirir el cliente. También determinará qué tipo de clientes son los interesados en nuestro bien, además de las expectativas que tiene el mercado colombiano.

Adicionalmente, el estudio de mercado nos proporcionará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio que lo justifique.

2.1 Objetivos del Estudio de Mercado

2.1.1. Objetivo General

Determinar las condiciones necesarias para la constitución de una empresa productora y exportadora de jugo de Sandia al mercado Colombiano.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar la demanda satisfecha e insatisfecha que existe en el mercado.
- Analizar el mercado colombiano de bebidas naturales.
- Determinar las necesidades y exigencias del mercado para con el producto a ofertar.
- Determinar el precio apropiado para la venta del producto.
- Analizar la competencia existente en el mercado.

2.2 Identificación del bien o servicio

La identificación de una nueva idea de negocios es sin lugar a duda el núcleo de toda actividad emprendedora, lo cual implica un amplio conocimiento de la realidad que nos rodea. Según la CORPEI⁶ en el mercado nacional se considera varios tipos de jugos, entre los cuales podemos mencionar a las bebidas de frutas, néctares y jugos.

Nos encontramos en constante innovación y búsqueda de expansión internacional, buscamos la creación de lazos comerciales a largo plazo que brinden diversas oportunidades de negocio a nuestros socios comerciales. Trabajamos conjuntamente para lograr competitividad y aceptación de este producto con el objetivo de fomentar un posicionamiento internacional.

Es así que surge la idea de producir y exportar un jugo natural que brinde entera satisfacción a sus clientes. Las bebidas contienen un 10% de jugo de fruta y el 90% de agua y aditivos, ésta bebida tiene un sabor agradable pero desde el punto de vista del consumidor final no se compara con los beneficios del jugo de frutas naturales. Los néctares contienen el 25% de jugo de fruta y el 75% entre agua y aditivos. Los jugos contienen el 100% de jugo natural, se aplica únicamente para frutas como la naranja, manzana y uva. Es utilizado para mezcla de jugos tropicales.⁷

Elaborar un jugo de Sandía y exportarlo a los mercados internacionales no se basa simplemente en la exportación de sus productos, sino en el expandir mercado y captar aún más.

⁶Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

⁷ESPINOZA, Susana DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE CALIDAD EN LA INDUSTRIA DE LOS JUGOS ENVASADOS. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS.

2.3 Mercado del proyecto

El producto a ser exportado tiene como destino Colombia, por esta razón es importante conocer todos los aspectos que involucran este mercado y los que son determinantes para posicionar esta bebida para el estudio del proyecto.

2.3.1 Entorno físico y demográfico⁸

Colombia es un país de Sudamérica, ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, organizado constitucionalmente como una república unitaria descentralizada.

Gráfico No. 3

Mapa de Colombia



Debido a su estratégica ubicación, Colombia posee una de las amplias diversidades y complejidades biológicas, geográficas, geológicas, climáticas y ecosistemas del mundo.

⁸ Portal: Colombia. Contenido relacionado con Colombia.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Colombia>

Colombia ocupa un área total de 1.141.748 km², siendo el cuarto país más grande de América del Sur.

Capital

Su capital es Bogotá D. C. Su superficie es de 2 070 408 km², de los cuales 1 141 748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 928 660 km² a su extensión marítima, de la cual mantiene diferendos limítrofes con Venezuela y Nicaragua.

Límites

Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá; en cuanto a límites marítimos, colinda con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el Mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el Océano Pacífico.

Colombia es la única nación de América del Sur que tiene costas en el océano Pacífico y en el Mar Caribe, en los que posee diversas islas como el archipiélago de San Andrés y Providencia. El país es la cuarta nación en extensión territorial en América del Sur y, con alrededor de 45 millones de habitantes, la tercera en población en América Latina, después de Brasil y México.

Población

Colombia es el tercer país más poblado en América Latina, después de Brasil y México. El movimiento de población rural hacia áreas urbanas ha sido significativo. Su población es de 44.725.543 habitantes, distribuida de acuerdo a las edades de la siguiente manera: **0-14 años:** 26,7% (hombres 6.109.495/mujeres 5.834.273), **15-64**

años: 67,2% (hombres 14.826.008/mujeres 15.208.799), **65 años y más:** 6,1% (hombres 1.159.691/mujeres 1.587.277).⁹

La diversidad étnica en Colombia es el resultado de la mezcla de amerindios indígenas, colonos españoles y esclavos africanos, lo que da lugar a una población de mestizos (58%), blancos (20%), mulatos (14%) y negros (4%), así como a la de mezcla negra y amerindia, o zambos (3%).

Las proporciones de los diferentes grupos étnicos varían notoriamente según la región. Hoy, sólo aproximadamente el 1% de los colombianos puede ser identificado totalmente como amerindio tomando como base su lengua.

Existe además una presencia de migrantes de otras etnias en Colombia como árabes, judíos, chinos, gitanos y de otros países europeos como Alemania, así como de otros países latinoamericanos (Ecuador, Argentina, Perú y las Antillas, especialmente).

2.3.2 Entorno Económico¹⁰

Después de la desaceleración de 2008-2009 ocasionada primordialmente por la crisis económica global, la economía colombiana retomó un sendero de crecimiento durante 2010. Se estima que para finales del año 2011 haya un aumento del PIB de 4,3%. Una recuperación del consumo de hogares, así como de la inversión privada y pública y un mayor dinamismo de las exportaciones tradicionales, especialmente hidrocarburos, contribuyeron a este desempeño.

Por el lado de la oferta, el sector de hidrocarburos y minería, así como el comercio y las obras civiles, impulsaron el crecimiento económico de 2010. También la recuperación

⁹ INDEX MUNDI. PERFIL JULIO 2011 http://www.indexmundi.com/es/colombia/poblacion_perfil.html

¹⁰ PROYECCIONES COLOMBIA, <http://lanota.com/index.php/proyecciones/Proyecciones-Introduccion-y-resumen.html>

del sector industrial, luego de dos años de retroceso, fue importante para apuntalar la reactivación del año pasado. Sin embargo, el sector agropecuario y el de la edificación urbana permanecieron relativamente estancados.

La recuperación económica de 2010 tuvo lugar en un entorno de bajas tasas de interés, estabilidad en la tasa de cambio y una reducida inflación. La recesión de 2009 ciertamente ayudó a reducir la inflación y permitió la adopción de una política monetaria expansiva. Por otro lado, en pleno año electoral y en medio de una situación económica compleja, el gobierno conservó la política fiscal expansiva que traía desde 2009. El déficit del gobierno central y del consolidado del sector público no financiero fue similar a los del año anterior no obstante la recuperación económica.

La fortaleza del peso y la reactivación del consumo interno llevaron a un significativo incremento de las importaciones de bienes. Como resultado, aumentó el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, a un 3,1% del PIB.

Pero este déficit fue más que cubierto con ingresos netos positivos de capital externo, entre los que se destacan la inversión extranjera, los desembolsos de préstamos externos del sector público, y los créditos externos del sector privado primordialmente en el segundo semestre del año.

El escenario de mediano plazo que aquí se plantea es el de una desaceleración de la economía global, pero no el de una crisis de la magnitud que se registró a finales de 2008 y comienzos de 2009. En este escenario, Colombia crecería alrededor de 3,3% en 2012, pero lo haría a más de 4% anual a partir de 2013.

Por otro lado, es preciso señalar que el gobierno de Juan Manuel Santos subió la carga impositiva a empresas e inversionistas, lo que afectaría negativamente los prospectos de crecimiento del país. A la vez que subió los impuestos, este gobierno está empeñado en

programas muy ambiciosos de gasto público, que excederían de lejos los recaudos de estos mayores impuestos.

Con esta mezcla de mayores impuestos e incrementos desproporcionados en el gasto público, se estarían sentando las bases para déficit fiscales estructuralmente más elevados que en el pasado y a una creciente competencia entre el sector público y el sector privado por los recursos escasos del ahorro, que llevaría irremediablemente al fin del actual ciclo de bajas tasas reales de interés.

Balanza Comercial¹¹

Durante el 2010 la balanza comercial colombiana registró un superávit de US\$ 1.468,9 millones donde los mayores superávit se registraron con Estados Unidos, Países Bajos, Venezuela, Ecuador y Perú. Los déficit más altos se presentaron con China, México, Alemania y Brasil. En el mes de diciembre de 2010 la balanza comercial de Colombia registró superávit de US\$ 81,4 millones.

Los mayores superávit se registraron con: Estados Unidos con US\$ 699,7 millones; Ecuador con US\$ 135,6 millones y Países Bajos con US\$110,0 millones.

¹¹ AMERICA ECONOMICA, <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/colombia-ventas-externas-del-pais>

2.3.3 Entorno Social

Colombia, un país multicultural y rodeado por hermosos paisajes y naturaleza hace de la gente la más amigable, solidaria y siempre mostrando lo mejor de su país. A pesar de sus conflictos y muchos esfuerzos de superación por la guerra interna han sabido afrontar y aprender a vivir de mejor manera, entregando su solidaridad a quien lo necesita, abriendo las puertas a los extranjeros, invitando a participar de su cultura y el sabor que un colombiano proyecta cuando entra en su mundo.

El colombiano busca ser amigo de todos y por su manera cálida de ser se muestra como una persona muy inteligente para los negocios.

2.3.4 Entorno tecnológico

Para apoyar al sector empresarial colombiano en su propósito de modernizarse tecnológicamente y alcanzar niveles adecuados de eficiencia, calidad y productividad, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ha reorientado la actividad de sus centros especializados para convertirlos en infraestructuras de soporte técnico a la producción nacional -los Centros de Formación Profesional y Servicios Tecnológicos- mediante la prestación de servicios tecnológicos y realización de actividades de investigación.

Actualmente los focos de concentración de su oferta son:

- Cadenas productivas y sectores objeto de los acuerdos sectoriales de competitividad.
- Cadenas productivas con alta dinámica tecnológica e impacto sobre el empleo.
- Cadenas productivas con impacto sobre la calidad de vida.
- Áreas de nuevas tecnologías con impacto transversal sobre la competitividad y productividad de los sectores productivos.

El patrimonio tecnológico del Centro está compuesto por la experiencia y conocimiento del capital humano y sus líneas tecnológicas en: diseño CAD/CAE, manufactura CNC/CAM, y robótica con tecnologías para el aseguramiento de calidad y metro lógico. En este punto cabe mencionar también la tecnificación de procesos en las que Ecuador ha invertido mucho de sus esfuerzos.

Esto en referencia a la inversión Colombiana para mejorar su tecnología. Ecuador cuenta ahora con una capacidad de producción que llega a satisfacer necesidades internas como externas a la hora de producir un bien que quiera ser lanzado al mercado extranjero. Además, nuestro país ahora cuenta con nueva maquinaria y las empresas han implementado planes de mejora continua para que se pueda aprovechar de la mejor manera los recursos y alcanzar un punto de equilibrio.

2.3.5 Entorno cultural ¹²

Las culturas indígenas asentadas en el país a la llegada de los españoles, la cultura europea (de España) y las africanas importadas durante la Colonia son la base de la cultura colombiana, la cual también comparte rasgos fundamentales con otras culturas hispanoamericanas en manifestaciones como la religión, la música, los bailes, las fiestas, las tradiciones, el dialecto, entre otras.

Culturalmente, Colombia es un país de regiones en el que la heterogeneidad obedece a variados factores como el aislamiento geográfico y la dificultad de acceso entre las diferentes zonas del país. Las subregiones o grupos culturales más importantes son los "cachacos" (ubicados en el altiplano cundiboyacense), los "paisas" (asentados en Antioquia, el Eje Cafetero), los "llaneros" (habitantes de los Llanos Orientales), los "vallunos" (zona del Valle del Cauca) y los "costeños" (ubicados en la Costa Caribe), entre otras, cuyas costumbres varían según sus influencias y ascendencias.

¹² Cultura Arqueológica e Histórica. Pereira Colombia 2010
http://www.dpaseo.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=8

Aunque la constitución colombiana de 1991 garantiza la libertad de culto y la igualdad de todas las creencias ante la ley y no declara oficial ninguna religión, el culto predominante en Colombia es el cristianismo y la principal confesión mayoritaria es el catolicismo (rito latino), con hasta un 93% de la población nacional que se declara como tal o están registrados como católicos, aunque dentro de esa misma población se pueden contar grupos de indiferentes religiosos.

Estas cifras toman en cuenta el porcentaje de bautismos católicos, que no necesariamente refleja el número de creyentes. El 7% restante hace parte de confesiones protestantes, principalmente de las corrientes evangélicas estadounidenses, pentecostales y neopentecostales y una pequeña porción de las iglesias cristianas históricas distintas de la católica (presbiteriana, episcopal o anglicana, bautista, menonita, metodista).

La iglesia evangélica con mayor número de miembros es la Iglesia Pentecostal Unida de Colombia, con más de 3000 congregaciones y presencia en todos los departamentos del país. Otra parte de la población pertenece a religiones como los Testigos de Jehová, Adventistas, Mormones, Unitarios Universalistas. También se encuentran pequeñas representaciones de las otras grandes religiones monoteístas: musulmanes y judíos, además de sectas y grupos de origen budista y taoísta.

En las comunidades indígenas y afro americanas generalmente asumidas como católicas, se pueden encontrar prácticas ancestrales de cada uno de los pueblos que las conforman, en muchos casos en sincretismo con el cristianismo y excepcionalmente aisladas.

2.3.6 Entorno educación

La educación formal en Colombia se conforma por los niveles de educación preescolar, educación básica, educación media y de nivel universitario. La escolaridad normal: educación básica y media, es de once años, aunque es muy común que la lectoescritura se inicie en preescolar. El ente encargado de la coordinación de la educación es el Ministerio de Educación Nacional, que delega en las secretarías de educación la gestión y organización según las regiones.

También hay educación no formal ofrecida generalmente por instituciones privadas, conducentes a títulos en experticias que tratan de niveles técnicos en áreas específicas y que se enfocan principalmente en la capacitación para generar formas de subsistencia de primera mano.

A nivel de educación en preescolar, básica y media, la atención por entidades estatales se comparte en un 50% para cada una. En los niveles profesionales la educación estatal es considerada de mejor calidad por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior ICFES; sin embargo la atención la hace en un 70% aproximadamente la educación privada.

Debido a que la atención del estado en la educación no cubre satisfactoriamente todas las necesidades del país han nacido propuestas que propenden por la creación de recursos que sean aprovechables por todos, y que puedan construirse de forma colaborativa.

2.4 La Demanda

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

2.4.1 Factores que afectan a la demanda

Entre los factores más importantes que determinan a la demanda señalaremos los siguientes:

2.4.1.1 Ingresos

Si el nivel de ingresos de las personas aumenta, estas normalmente demandaran más bienes. El salario mínimo del colombiano a es de \$ 535.600 pesos colombianos¹³. Esto debe destinarlo para los diferentes gastos en el hogar que comprende alimentación, educación, vestimenta, vivienda. Principalmente el hogar colombiano se preocupa más del aspecto alimenticio. Por ello, si existe un incremento anual en sus ingresos, el mismo se destina en la misma proporción al consumo de alimentos que satisfagan sus necesidades y el de su familia.

2.4.1.2 Gustos y preferencias

Es importante determinar las necesidades de nuestro segmento de mercado ya que a ellos direccionaremos nuestro esfuerzo y por ende lo que buscamos es su satisfacción. Gracias a los estudios realizados en los últimos años, el colombiano ha cambiado su manera habitual de alimentación, y con ello la compra de diferentes productos cuando acude a un supermercado para abastecer su despensa.

¹³ SALARIO MÍNIMO VITAL EN AMÉRICA, http://es.wikipedia.org/wiki/Salario_m%C3%ADnimo#Colombia

Es así, que el hogar colombiano se encuentra en la búsqueda de aquellos productos que se acerquen a lo natural cuando adquieren productos industrializados. Por esta razón en el campo de los jugos de frutas envasados, prefieren siempre uno que no contenga tantos saborizantes y edulcorantes que lo hagan parecido al jugo natural de una fruta.

Es un hecho que la tendencia saludable ha llegado para quedarse y que los colombianos, a pesar de no sufrir de sobrepeso, están preocupándose cada vez más por comer bien, pues dos terceras partes de los encuestados dicen que la mayoría de las comidas (64%) y bebidas (61%) que hacen son saludables, y que las que no lo son suelen ser los refrigerios, donde el 40% son saludables y el resto la llamada comida “chatarra”.¹⁴

Reducir la ingesta de calorías es un objetivo que tienen muchas empresas de acuerdo al afán de la población mundial por estar saludable. Salud y belleza son los incentivos más palpables que canalizan los productores de alimentos para ofrecer al público productos que vayan de acuerdo a la búsqueda de una bebida superior. Cuando al consumidor se le ofrece un aroma o un sabor que lleva implícito un vínculo emocional, se siente satisfecho con el producto. Una evidencia de ello son sabores culinarios, étnicos, propios de una región, así como también frutas exóticas; los cuales los vemos incluidos en varias categorías de la industria de alimentos como las sopas instantáneas, salsas y los sabores frutales cítricos para bebidas.

- **Producto Sustituto.-** Para las personas que han hecho de un hábito tomar jugos naturales cada día como parte de su nutrición normal, se ha considerado un producto sustituto; ya que este producto se encuentra entre los preferidos en el mercado colombiano. Un jugo natural es la característica principal que ofrecerá la empresa por ende la naranja también sería un producto que según la aceptación del mercado con el producto inicial se podría promocionar de igual manera.

¹⁴ Estudio de Foodtrends International realizado por Ipsos- Napoleón Franco a finales de 2007

2.4.2 Determinación de la demanda

Demanda global de jugos¹⁵

La demanda por las frutas y jugos naturales, es continua y de consumo diario, además del uso que se le da en la industria refresquera, misma que aumenta en época de calor. Todos los productos derivados de las frutas, han venido creciendo y multiplicándose, debido a que los consumidores han alcanzado un mayor grado de conocimiento e interés por su calidad de vida y búsqueda por una alimentación cada vez más sana para la familia.

Los consumidores buscan retomar buenos hábitos en su alimentación, el mercado que exige estas bebidas valoran más lo natural, néctares que provengan de cultivos orgánicos; jugos en sí que garanticen procesos de producción acorde a buenas prácticas medio ambientales.

En el caso de jugos colombianos 100% puros, con una producción fresca y sin conservantes, se maneja más a nivel institucional como restaurantes y hoteles, con entregas diarias. La producción industrial de bebidas a base de frutas se ha mostrado bastante dinámica.

Una de las principales razones que explica el dinamismo en la producción y de las ventas de estos productos ha sido el aumento del consumo de jugos envasados industrialmente frente a los preparados en el hogar, en concordancia con los cambios en los hábitos de consumo de los colombianos que han hecho aumentar las comidas fuera del hogar; dicho aumento ha estado apoyado por una agresiva estrategia publicitaria asumida por parte de los grandes conglomerados económicos que entraron a participar en el mercado durante la década de los noventa.

¹⁵Boletín SIM. Soluciones de Internet y Mercadeo. Perfil de Producto No.14. Colombia

El incremento en la producción de frutas en los últimos años puede atribuirse, en parte, al mayor consumo de jugos de frutas, gracias a que ha habido una mayor demanda e interés de la población por bebidas a base de pulpas de frutas, como los jugos o néctares.

Es de anotar que las mayores empresas de gaseosas y cervezas del país, abrieron las líneas de producción de jugos, con el fin de atender esta creciente demanda.¹⁶ El consumo de jugos simple y envasado tiende a crecer de acuerdo al nuevo estilo de vida, en donde la conveniencia de los productos listos para servir y el hecho de que la mujer trabaja, son factores cada vez más importantes demostrando una fuerte preocupación por la salud, pero también una falta de tiempo para preparar alimentos y jugos de frutas caseros saludables. El envase de los productos que demanda el mercado Colombiano debe tener como característica que sea práctico y conserve el producto.

Actualmente se producen una gran variedad de jugos y néctares de frutas combinadas, bebidas dietéticas con almíbar, multivitamínicas, especiales para diabéticos y licores alcohólicos, entre otras. En bebidas preparadas, el néctar preparado con jugo de fruta o pulpa, azúcar y agua goza de mayor demanda. Para su preparación, por lo regular, se emplea entre el 25 y 50% de fruta.

Las bebidas preparadas con mezcla de frutas, incluyen también agregados vitamínicos y minerales como valores agregados para los consumidores. También están las bebidas preparadas con menor contenido de frutas, que incluyen otros ingredientes como ácido cítrico o ascórbico y aceites esenciales y aromáticos y que incluyen conservantes.

Hoy en día, las preocupaciones sobre dieta y nutrición han persuadido a muchos consumidores a disminuir sus consumos de bebidas con azúcar y en su lugar elegir productos saludables tipo jugos de fruta y agua embotellada.

¹⁶Secretaría de Agricultura y Pesca de Colombia y ASOFRUCOL 2009

El consumidor está abierto a probar nuevos sabores de jugos y en diferentes presentaciones. Aunque hay una gran búsqueda por adquirir productos naturales que brinden una mayor salud. Los sabores nuevos, diferentes y con presentación atractiva son los que están posicionados en primer lugar en la mente del consumidor.

En Colombia existe un producto de alto consumo que es también importante en el sector de bebidas, y aunque no es 100% natural es lo más parecido a jugo congelado a base de frutas.

Podemos concluir, que la demanda de fruta fresca en su mayoría la realiza la industria procesadora, esto debido a la demanda preferencial de la industria alimenticia por los productos procesados de frutas; demanda generada en gran parte por la industria de jugos que ha sido en los últimos años la beneficiada con el cambio de mentalidad del consumidor al preferir productos naturales, esta preferencia a llevado a que la industria colombiana de jugos se fortalezca tanto a nivel nacional como internacional.

Para el estudio de la demanda, es necesario conocer la partida del producto que vamos a producir, siendo la partida arancelaria **2009801900** de otros jugos obtenidos de frutas.

2.4.3 Comportamiento histórico de la demanda¹⁷

El comportamiento histórico de la demanda es una herramienta que nos proporciona la información necesaria de la evolución de la misma en el transcurso de los años, de esta manera se puede determinar la demanda para futuros periodos y ser más precisos en el cálculo.

La demanda y su comportamiento en este sector han sido muy influyentes en comparación específicamente entre los últimos dos años.

En el primer cuatrimestre de 2010 se ha incrementado el consumo de la canasta de Bebidas Refrescantes (Gaseosas, Aguas y Jugos) en los hogares colombianos, respecto al mismo periodo en 2009. Este crecimiento en volumen (35%) y valor (40%), se ha generado principalmente por las bebidas sin gas, donde los jugos y néctares son los que han incrementado su volumen en mayor medida (243%), seguidos por las aguas con gas (100%) y las gaseosas que muestran el menor crecimiento con un 21%.

Este crecimiento en volumen tan importante para el mercado de bebidas, muestra una clara variación en los hábitos de consumo por parte los hogares colombianos, que están incrementando su consumo de las bebidas no gaseosas sin dejar de comprar las que contienen gas. Durante los primeros 4 meses de 2010, 5.695.040 hogares (94%) compraron bebidas refrescantes para consumirlas dentro del hogar, 441.170 más que en el mismo periodo del año anterior. El consumo promedio de los jugos se incrementó (129%), pasando de 4 litros durante enero-abril de 2009, a 9.2 litros durante enero-abril de 2010.

¹⁷ Énfasis Alimentación online. Mercado de bebidas colombiano. Muestra Variaciones
<http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/13528-mercado-bebidas-colombiano-muestra-variaciones>

Este desarrollo en el consumo se está presentado debido a que los hogares están comprando cantidades más grandes cada vez que van a comprar este producto, pasando de 780 ml a 1,2 litros, y están incrementando el número de visitas al punto de venta, de 5 a 8.

Este crecimiento que se evidencia en el mercado de jugos, se debe a la entrada de nuevos competidores que ofrecen formatos más grandes a un menor precio, siendo muy atractivos para los hogares en tiempos de crisis, disminuyendo el precio promedio del mercado en un 40%. Los hogares que incrementaron en mayor medida el consumo de jugos, se encuentran concentrados principalmente en la ciudad de Medellín, región Pacífico, región Centro, los estratos 1, 2, 4, con amas de casa jóvenes menores de 34 años, que prefieren comprar en los mini mercados y las tiendas tradicionales.¹⁸

2.4.4 Proveedores de jugo de frutas por Colombia¹⁹

A continuación se detalla la siguiente información:

Cuadro No. 2

Proveedores de jugo de frutas por Colombia

Exportadores	Cantidad Importada (Toneladas)				
	2006	2007	2008	2009	2010
Mundo	3.375	3.484	3.546	5.598	5.565
Estados Unidos	1.216	1.483	1.383	1.524	2.067
México	451	187	289	2.250	1.520
Brasil	479	647	636	785	849
Tailandia	84	31	214	224	293
Chile	340	250	249	287	290
TOTAL	5.945	6.082	6.317	10.668	10.584

Fuente: TRADEMAP

¹⁸ Andrés Gómez Orozco. Client Service Executive. Bebidas refrescantes

¹⁹ TRADEMAP http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx

2.4.5 Proyección de la demanda (consumidores)

Para poder determinar la proyección de la demanda en el mercado en los próximos años se usará el método de regresión lineal.

Cuadro No. 3

Cifras anuales de importación por Colombia

AÑOS	y	x	x y	x²
2006	5.945	-2	-11.890	4
2007	6.082	-1	- 6.082	1
2008	6.317	0	0	0
2009	10.668	1	10.668	1
2010	10.584	2	21.168	4
Σ	39.596	0	13.864	10

Elaborador por: Autora

2.4.6 Proyección de la demanda futura

El método a usarse para el cálculo de la demanda futura es la de mínimos cuadrados, que se detalla a continuación:

$$n = 5$$

$$y = a + bx$$

$$a = \sum y / n$$

$$b = \sum xy / \sum x^2$$

$$a = 39596 / 5 = 7919$$

$$b = 13864 / 10 = 1386$$

Cuadro No. 4

Proyección de la demanda futura de jugo de frutas

AÑOS	a	b	x	Demanda proyectada (Tons.)
2011	7.919	1.386	3	12.077
2012	7.919	1.386	4	13.463
2013	7.919	1.386	5	14.849
2014	7.919	1.386	6	16.235
2015	7.919	1.386	7	17.621
2016	7.919	1.386	8	19.007
2017	7.919	1.386	9	20.393

Elaborado por: Autora

2.4.7 Consumo de la demanda aparente de jugos naturales en Colombia

La fórmula que determina el consumo aparente, es la que vamos a utilizar a continuación:

$$\text{Consumo Aparente} = \text{Producción} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Cuadro No. 5

Exportación de jugo de frutas por Colombia²⁰

Importadores	Cantidad Exportada (Toneladas)				
	2006	2007	2008	2009	2010
Mundo	7.838	4.791	4.034	6.033	5.003
Estados Unidos	3.759	2.515	3.298	5.507	4.221
Holanda	2.318	820	94	122	435
España	117	226	187	143	191
Australia	4	16	2	1	46
Antillas Holandesas	37	38	17	46	34
TOTAL	14.073	8.406	7.632	11.852	9.930

FUENTE: TRADEMAP

Elaborado por: Autora

Para determinar el Consumo nacional aparente se considerará las cifras por importaciones y exportaciones de Colombia, detalladas en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 6

Consumo Nacional Aparente (Toneladas)

Años	Prod. Nacional	Importaciones	Exportaciones	CNA
2006	0	5.945	14.073	-8.128
2007	0	6.082	8.406	-2.324
2008	0	6.317	7.632	-1.315
2009	0	10.668	11.852	-1.184
2010	0	10.584	9.930	654

Elaborado por: Autora

Con los datos obtenidos tenemos un consumo aparente en su promedio negativo. Como se indica en el estudio de mercado del producto para la introducción es que en el año 2010 ya existe un interés de la población en adquirir este tipo de bebidas. A partir de esta cifra tomaríamos el mismo interés como una oportunidad para reforzar agresivamente el consumo de jugo de frutas.

²⁰ TRADEMAP, http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx

2.5 La oferta

“Se trata de la cantidad de un bien o servicio que se ofrece en un mercado a un precio determinado” ²¹

En cuanto a la oferta internacional Colombia no consume este tipo de bebidas de productores extranjeros, más bien tratan de mejorar su tecnología y manejar mejor los procesos productivos para ofertar en su mismo mercado nuevas bebidas y jugos que satisfagan las necesidades de su gente.

2.5.1 Competencia

Como se mencionó anteriormente, mucha de la competencia por este producto es interna, ya que se encuentran muchas procesadoras de frutas en Colombia que ofertan en su mercado y se han expandido poco a poco en mercados que están cerca a este país y sus alrededores.

Entre las principales empresas productoras y comercializadoras colombianas tenemos a Bavaria y Postobon que son los líderes.

2.5.1.1. Principales proveedores

Hit (Bavaria) además de tener el 35% de las ventas, es un refresco de fruta 100% libre de conservantes, que no requiere de refrigeración antes del consumo y que ayudo a cambiar drásticamente las preferencia de los consumidores Colombianos, haciendo que estos pasaran de tomar néctares dulces a refrescos de fruta, más refrescantes y de sabores exóticos cultivados en el territorio Colombiano.

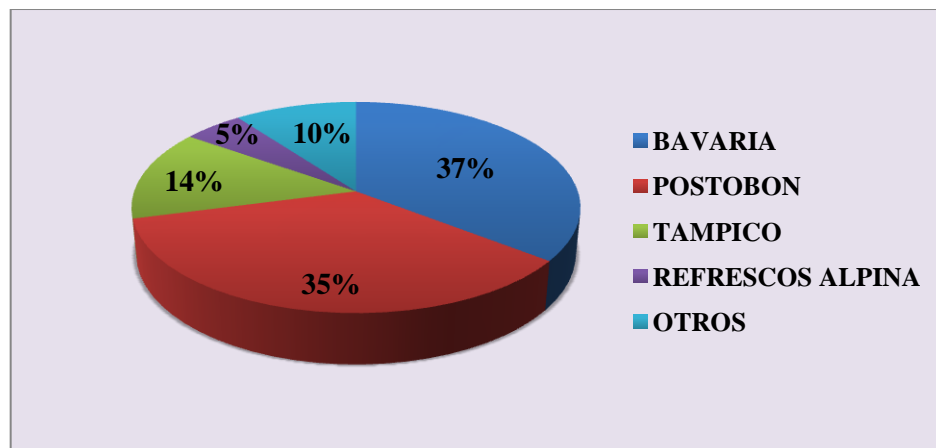
²¹ DEFINICON DE OFERTA, http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=oferta&tbs=dfn:l&tbo=u&sa=X&ei=FEl5TuiQEMjSgQe_huXTAQ&ved=0CCQkQ4

TuttiFruti (Postobon) por su parte, es un refresco de fruta que ofrece el portafolio de sabores más completo del mercado colombiano, entre los cuales están: mora, mango, naranja, lulo, durazno, fresa, salpición, guayaba, avena y mandarina.

Tampico al ocupar el tercer lugar en las preferencias del consumidor colombiano, y a su vez en las ventas, es digno de mencionar también.

En último lugar, se posiciona en el mercado los Refrescos Alpina, estos son elaborados con las mejores frutas y los más altos estándares de calidad preservando todo el sabor y naturalidad de las frutas.

Cuadro No. 7
Competencia en el mercado
(% de participación)



Fuente: CCI Corporación Colombiana Internacional (2010).

Elaborado por: Autora

A continuación, se proyectará la oferta del producto para los siguientes años, ya que esto nos dará la pauta para saber cuánto vamos a poder proveer al mercado Colombiano; un aspecto de suma importancia para el proyecto de factibilidad que estamos realizando.

Cuadro No. 8

Lista de los mercados importadores de jugos exportado por Ecuador

Importadores	Cantidad Exportada (Toneladas)				
	2005	2006	2007	2008	2009
Mundo	20.826	25.569	28.038	20.361	17.465
Holanda	13.625	17.524	20.152	12.412	11.827
Estados Unidos	3.962	4.214	4.179	3.788	2.776
Australia	642	1.151	740	675	561
Perú	14	0	33	33	417
Canadá	239	191	241	113	344
Reino Unido	476	118	51	162	314
Brasil	175	200	100	0	250
TOTAL	39.959	48.967	53.534	37.544	33.954

Fuente: Trademap²²

Elaborado por: Autora

²² TRADEMAP, http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx

2.5.2 Régimen del mercado

El mercado de bebidas no alcohólicas esta prosperando en los últimos años a nivel mundial, debido a que actualmente está creciendo la tendencia light, en donde las personas se muestran más interesadas por el cuidado de su cuerpo y su salud y cada vez mas prefieren consumir bebidas naturales, como los jugos, frente a la infinidad de alternativas que ofrece el mercado tanto a nivel mundial como nacional: como lo son gaseosas y bebidas artificiales, según Agrocadenas²³.

Lo anterior se puede sustentar no solo de la necesidad que tienen las personas de consumir cosas más saludables sino en la necesidad que tienen los padres por que sus hijos tengan una alimentación más completa actualmente se dice que los padres deben preferir para uso habitual, jugos naturales, y revisar las etiquetas con la descripción de los contenidos y evitar en lo posible las bebidas de fantasía, los jugos artificiales y las golosinas que contengan colorantes artificiales.

La recomendación es mantener un estilo de vida más natural, con una nutrición a base de alimentos frescos preparados en el hogar y evitar los productos empaquetados, enlatados o envasados que pudieran contener aditivos químicos²⁴

Además de lo anterior cabe mencionar que un examen general de las tendencias del mercado de bebidas, marca un cambio de preferencias del consumidor hacia los productos no alcohólicos, naturales, saludables, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas a partir de frutas, tanto en el mercado de los países desarrollados como en de los países en desarrollo como Colombia.

²³ Agrocadenas: el portal donde se concentra la información pública sobre las cadenas agroproductivas del país, el entorno en que ellas se mueven y las noticias, eventos y análisis más relevantes relacionados con el tema de la competitividad sectorial en el plano nacional e internacional.
<http://www.agrocadenas.gov.co/home.htm>

²⁴ <http://nutricion-alimentacion.blogspot.com/2007/09/aditivos-colorantes-tartrazina.html>

Si bien es cierto que existen grandes fluctuaciones en el corto y mediano plazo, referidas especialmente a poca certeza en el abastecimiento de materias primas o semi procesados, también se puede percibir una demanda creciente de sabores de frutas tropicales (Agrocadenas) para la oferta de mezclas refrescantes que incluyen frutas tropicales.

El mercado de jugo de fruta, debe orientarse por ofrecer a los consumidores jugos 100% naturales y que no contengan aditivos o si los contienen que sean en una baja proporción, debido a que la tendencia hacia el consumo de los productos naturales cada día es mayor. Además el mercado de bebidas es una excelente oportunidad de negocio, en cuanto a que se ha venido mostrando un crecimiento progresivo por encima del total de la industria, donde la producción presentó un crecimiento de 3.6%, levemente superior al del total de la industria (2.9%)²⁵, para el año 2005, y que se espera que en un futuro siga arrojando ganancias.

2.5.3 Proyección de la oferta (productores)

Para poder determinar la proyección de la oferta en el mercado en los próximos años se usará el método de regresión lineal.

Cuadro No. 9

Cifras anuales de exportaciones de jugos por Ecuador

Años	y	x	xy	x²
2005	39.959	-2	-79.918	4
2006	48.967	-1	-48.967	1
2007	53.534	0	0	0
2008	37.544	1	37.544	1
2009	33.954	2	67.908	4
Σ	213.958	0	-23.433	10

Elaborado por: Autora

²⁵ Tomado del artículo “Resumen sectorial bebidas” Diciembre de 2005, http://www.bancoldex.com/pdf/resumen_sectorial_bebidas2005.pdf

El método a usarse para el cálculo de la proyección de la oferta futura es la de mínimos cuadrados, que se detalla a continuación:

$$n = 5$$

$$y = a + bx$$

$$a = \sum y / n$$

$$b = \sum xy / \sum x^2$$

$$a = 213958 / 5 = 42791$$

$$b = -23433 / 10 = -2343$$

A continuación. Se determinará la proyección de la oferta futura para los siguientes años:

Cuadro No. 10

Cifras proyectadas de la oferta de jugos

Años	a	b	x	Oferta proyectada (Tons)
2010	42.791	-2.343	3	35.762
2011	42.791	-2.343	4	33.419
2012	42.791	-2.343	5	31.076
2013	42.791	-2.343	6	28.733
2014	42.791	-2.343	7	26.390
2015	42.791	-2.343	8	24.047
2016	42.791	-2.343	9	21.704
2017	42.791	-2.343	10	19.361

Elaborado por: Autora

2.5.4. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se determina con la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda proyectada} - \text{Oferta proyectada}$$

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se considerará los datos obtenidos anteriormente.

Cuadro No. 11

Demanda Insatisfecha (Toneladas)

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada (Tons)	DI
2011	12.077	33.419	-21.342
2012	13.463	31.076	-17.613
2013	14.849	28.733	-13.884
2014	16.235	26.390	-10.155
2015	17.621	24.047	-6.426
2016	19.007	21.704	-2.697
2017	20.393	19.361	1.032

Elaborado por: Autora

2.6 Precios

El precio es uno de los factores más importantes que determinan las preferencias del consumidor colombiano al escoger una determinada bebida. El principal elemento que explica la diferencia de precios entre productos similares es el envase los canales de distribución desempeñan un papel vital en este proceso. En definitiva el precio es una decisión determinante de compra.

Por ello es importante realizar una correcta fijación de precios en donde este se justifique en todos los costos y gastos de la producción y el margen de utilidad que deseamos como empresa.

2.6.1 Los precios existentes en el mercado local

Los precios que existen en el mercado obtenido de la competencia y en estudio de diferentes supermercados tenemos lo siguiente:

Cuadro No. 12

Precios en el mercado colombiano al 2010

SUPERMERCADO 1				
NOMBRE	FRUTA	CONTENIDO	PRECIO (PESOS)	PRECIO (USD.)
MARCA No. 1	Mora	250 g	980,00	0,54
	Guayaba	250 g	800,00	0,44
	Mango	250 g	1.030,00	0,56
	Mora sin Azúcar	230 g	980,00	0,54
	Guayaba sin Azúcar	230 g	800,00	0,44
	Mango sin Azúcar	230 g	1.030,00	0,56
	Lulo sin Azúcar	230 g	1.160,00	0,63
MARCA No. 2	Guayaba sin Azúcar	230 g	1.050,00	0,57
	Guanábana sin Azúcar	230 g	1.325,00	0,72
	Mora sin Azúcar	230 g	1.075,00	0,59
	Mora	250 g	1.075,00	0,59
	Guanábana	250 g	1.325,00	0,72

Fuente: BANCOLDEX Banco de Comercio Exterior y Banco de la República.
Estadísticas Precios de Supermercados en Bogotá.

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 13

Precios en el mercado colombiano al 2010

SUPERMERCADO 2				
NOMBRE	FRUTA	CONTENIDO	PRECIO (PESOS)	PRECIO (USD.)
MARCA No. 1	Mora sin Azúcar	230 g	1.060,00	0,58
	Lulo sin Azúcar	230 g	1.280,00	0,70
	Lulo con Azúcar	250 g	1.280,00	0,70
	Mora Con Azúcar	250 g	1.280,00	0,70
MARCA No. 2	Mango sin Azúcar	230	1.030,00	0,56
	Maracuyá	250	1.140,00	0,62
	Mora	250	980,00	0,54
	Mora sin Azúcar	230	980,00	0,54
	Mango	250	1.030,00	0,56
	Lulo sin Azúcar	230	1.160,00	0,63
	Maracuyá sin Azúcar	230	1.140,00	0,62
	Mora sin Azúcar	250 g	1.075,00	0,59
	Mora con Azúcar	250 g	1.075,00	0,59
MARCA No. 3	Guanábana sin Azúcar	250 g	1.325,00	0,72
	Mango sin Azúcar	250 g	1.075,00	0,59

Fuente: BANCOLDEX Banco de Comercio Exterior y Banco de la República.
Estadísticas Precios de Supermercados en Bogotá.

Elaborador por: Autora

Debido a los datos que se presentar en los diferentes cuadros, los precios (en dólares) no tienen mucha variación ya que en definitiva el determinante del precio es el mercado en sí, pero tiene influencia el tipo de fruta con la que es elaborado el jugo para su comercialización. Adicional a esta información los precios van en un promedio de **0.60 centavos de dólar** como referencia para los consumidores y para la competencia.

2.7 La Comercialización

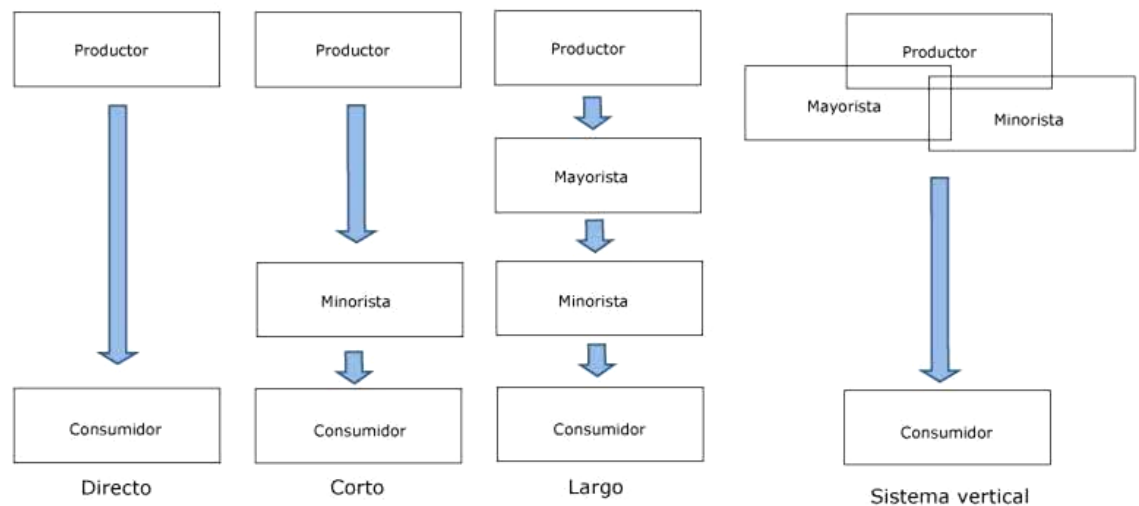
La comercialización hace referencia a la manera en como el jugo de sandia llegará al consumidor. De esto, se debe seleccionar si la comercialización sea directa o indirecta.

2.7.1 Estructura de los canales de comercialización

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor.

Gráfico No. 4

Tipos de canales de distribución



Tipos de canales de distribución

Minorista (detallista): intermediario dedicado a las actividades de venta directa a los consumidores.

Mayorista: intermediario dedicado a actividades de venta a minoristas o a consumidores industriales

Jose Sande
www.compartiendo-conocimiento.com

Fuente: Compartiendo conocimiento. Economía noticias didácticas.

A continuación detallaremos los tipos de canales de distribución:²⁶

Canal directo.- El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

Canal indirecto.- Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.

- **Canal corto.-** Un canal corto sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño en que los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras. Otro ejemplo típico sería la compra a través de un hipermercado o híper.
- **Canal largo.-** En un canal largo intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

²⁶ Wikipedia, Canales de Distribución, http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n

En general, se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta al consumidor reducidos y, a la inversa, que canales de distribución largos son sinónimo de precios elevados.

2.7.2 Selección de los canales de distribución

La selección del canal de distribución en nuestro caso será la indirecta corta. Este es un canal de gran utilidad para las compañías que en nuestro caso necesitaremos de intermediarios y que además no disponemos de un centro de ventas y que deseamos introducir un producto en un mercado nuevo preferimos usar agentes y no nuestra propia fuerza de ventas a un inicio.

2.7.3 Presentación de producto

En cuanto a la presentación y envase, este jugo se entregará al mercado en botellas de plástico de 350 ml. Cada una debidamente etiquetada con el logo de la empresa, nombre del jugo y el slogan del producto. Adicionalmente, con la información nutricional y los permisos para su producción y comercialización.

Gráfico No. 5

Etiqueta delantera



Elaborado por: Autora

Gráfico No. 6
Etiqueta posterior



Elaborado por: Autora

2.7.3.1 Atributos

La bebida cuenta con los beneficios propios de la fruta, el potasio y magnesio son los más relevantes. El potasio es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal. Además de que esta fruta calma la sed, favorece la eliminación de residuos tóxicos.

Es una bebida natural, que aporta nutrientes para el correcto funcionamiento del organismo, gracias a que sus ingredientes van a ser frutas frescas seleccionadas de excelente calidad y un bajo nivel de calorías.

2.7.3.2 Características

La sandia tiene entre 8° a 11° Brix²⁷. Esta información es de suma importancia por la misma producción del jugo y el grado de acidez que tiene la fruta transformada en jugo después de su proceso productivo.²⁸

2.7.3.3 Embase, embalaje y diseño

El embase de nuestro jugo de sandia estará elaborado en plástico, polipropileno de baja densidad, lo cual va a permitir su fácil congelación y resaltará el color natural del jugo de fruta, característica muy importante para el consumidor al momento de observar un atractivo en el embase del mismo.

El diseño del embase del producto, se podrá observar el color rojo que capta la atención del cliente, además tendrá el nombre de la bebida con el respectivo valor nutricional y demás especificaciones sanitarias que son necesarias para la comercialización del producto.

Por otro lado, el embalaje del producto será en cajas de cartón en el cual ubicaremos 20 unidades con separaciones de 10 unid. en la parte inferior y superior de la caja para que no haya ningún inconveniente al ser transportadas a su destino.

²⁷Grados Brix, (°Bx del símbolo) es una medida del cociente total de disuelto azúcar al agua en un líquido. Se mide con a saccharimeter eso mide gravedad específica de un líquido o más fácilmente con a refractómetro. Se utiliza sobre todo en zumo de fruta, vinificación y la industria de azúcar.

²⁸HORTYFRUTA , http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=36019

2.7.4 Tipo de promoción y publicidad

El éxito de su estrategia de publicidad, más que captar la atención, mantener el interés y motivar la compra, es lograr segmentar el mercado de cada uno de sus productos de una manera adecuada y eficiente. Además, dentro de sus estrategias de comunicación se ve claramente que es fundamental posicionarse en los canales más representativos del país, con el fin de estar más cerca del consumidor colombiano.

La promoción del producto se hará mediante una campaña publicitaria agresiva, debido a que el sector, fuera de ser demasiado competitivo, está formado por los grandes conglomerados económicos del país. Por ello, la promoción del producto se hará de forma masiva, a través de los medios más representativos de comunicación.

2.7.4.1 Medios de comunicación

Gráfico No. 7

Diario EL TIEMPO



EL TIEMPO, debido a que es el periódico de la región y el de mayor circulación en los diferentes municipios del departamento además de que es el diario de la capital de Colombia y el más leído. En este medio se imprimirá un anuncio que incluirá la imagen, el slogan y la fecha de lanzamiento del producto.

Además, es importante especificar que la empresa quiere hacer una campaña de expectativa para atraer la atención del cliente, por tal razón sacará el anuncio en el periódico durante días antes de su lanzamiento.

Los canales de televisión RCN TELEVISION Y CARACOL, son de mayor sintonía en esta ciudad y en diferentes departamentos. En este medio se va a pautar mediante una propaganda de 30 segundos, que exalte las bondades del producto y a su vez genere recordación en los clientes.

Gráfico No. 8
Canales de Televisión



Además de pautar en los medios de comunicación, es fundamental que los clientes se apropien de forma directa del producto y se familiaricen con el sabor a sandía, slogan, empaque y logo.

Para esto, se va a acudir por medio de impulsadoras a los supermercados más grandes y representativos de Bogotá, con el objetivo de entregar muestras gratis a los transeúntes que se acerquen a los puntos estratégicamente ubicados. Luego de culminar la entrega de las muestras gratis, la impulsadora deberá obsequiar volantes con la información del producto.

2.7.4.2 Páginas Web

Finalmente, se va a crear una página Web, en donde se tendrá en cuenta las sugerencias del cliente. Además, se anexará la información corporativa de la organización (misión, visión, principios, objetivos) y los datos más importantes del producto (precio, cantidad, empaque), en busca de implementar un medio interactivo que impacte y genere credibilidad.

2.7.4.3 Informativos en Redes Sociales

Sabemos que todo el mundo tiene acceso a internet pero en especial las redes sociales hoy en día es el centro de atención para todo tipo de personas, por esta razón promocionar este producto en redes como Facebook, Twitter entre otros son los medios que llaman más la atención y son páginas que a nivel mundial son visitadas.

2.7.4.4 Mailing

La obtención de una base de datos con nombres y direcciones es una estrategia de publicidad gigante. Se enviará anuncios a mails de la base de datos en Colombia (Bogotá) en donde se haga extensiva la publicidad de jugos naturales y nuestra empresa liderando el anuncio.

2.7.4.5 Anuncios publicitarios

Se entregará a nuestro distribuidor anuncios publicitarios para ubicar en los supermercados, y en demás lugares de gran concurrencia para captar más clientes.

CAPITULO III

ESTUDIO DEL TAMAÑO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

En este capítulo se analizarán los principales factores que influyen en la decisión del tamaño, los procedimientos para su cálculo y los criterios para buscar su optimización.

3.1 Capacidad del proyecto

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad física o real de la producción, durante el tiempo que ha sido proyectado. La capacidad puede estar dada en unidades de tiempo, volumen, peso.²⁹ Para nuestra producción se determina la elaboración de 500 litros al día en envases de 350 ml, con una producción mensual de 9.000 litros.

3.1.1. Factores que condicionan el tamaño del proyecto

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización, entre otras.

En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

²⁹ <http://www.monografias.com/trabajos35/componentes-proyecto/componentes-proyecto.shtml>

Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van reduciendo a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados.

La Cantidad.- La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, como lo definimos en el capítulo anterior con la demanda insatisfecha. Aunque el tamaño puede ir adecuándose a mayores requerimientos de operación para enfrentar un mercado creciente, es necesario que se evalúe esa opción contra la de definir un tamaño con una capacidad ociosa inicial que posibilite responder en forma oportuna a una demanda creciente en el tiempo.

Para medir esto se define la función de demanda con la cual se enfrenta el proyecto en estudio y se analizan sus proyecciones futuras con el objeto de que el tamaño no solo responda a una situación coyuntural de corto plazo, sino que se optimice frente al dinamismo de la demanda.

Materia prima.- La materia prima podría no estar disponible en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos del abastecimiento, pudiendo incluso hacer recomendable el abandono de la idea que lo originó.

La disponibilidad de materia prima para la elaboración del jugo se interrelacionará a su vez con otro factor determinante del tamaño: la localización del proyecto para la creación de esta bebida.

La tecnología.- En algunos casos la tecnología seleccionada permite la ampliación de la capacidad productiva en tramos fijos. En otras ocasiones, la tecnología impide el crecimiento paulatino de la capacidad, por lo que puede ser recomendable invertir inicialmente en una capacidad instalada superior a la requerida en una primera etapa, si

se prevé que en el futuro el comportamiento del mercado, la disponibilidad de insumos u otras variables hará posible una utilización rentable de esa mayor capacidad.

De acuerdo con el capítulo anterior hemos analizado que Colombia es un neto consumidor de este producto tal como se refleja en el volumen de exportaciones que es creciente en el último año, y que para los siguientes años se estima el mismo crecimiento por los datos proporcionados.

Este factor es muy importante dentro del tamaño del proyecto, ya que establece un margen de exportación de nuestro producto a Colombia, y la demanda del mismo. Es así que, el nivel de producción que tendrá la empresa básicamente se establece por las importaciones de bebidas a Colombia y el grado de aceptación que hay en el país.

3.1.2 Tamaño óptimo del proyecto

Para la determinación del tamaño del proyecto debemos fijarnos en la demanda del producto en los últimos años y el crecimiento que ha tenido relativamente en los dos últimos años. Con esta información sabemos que estamos en un excelente camino para cubrir la demanda insatisfecha del Colombiano.

3.1.2.1 Crecimiento del mercado

Para la producción de jugos de frutas, la tecnología se ha incrementado rápidamente en muchos países en los últimos años y hay factores que contribuyen al desarrollo de esta industria de bebidas a base de frutas como el método de manufactura y desarrollo de mejores equipos de procesamiento, un mejor conocimiento en la utilización de los ingredientes, mantenimiento de la composición, nutrición y calidad bacteriológica del producto, así como productos saludables y agradables, mejoras del empaque y del método de distribución con un mejor almacenamiento en casa.

3.2 Estudio de Localización

La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos e institucionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la Rentabilidad del Proyecto.

Factores determinantes de la localización

Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales
- Disposiciones municipales
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las Fuentes de abastecimiento.
- Factores Ambientales.
- Cercanía del Mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.

3.2.1 Macrolocalización

La macrolocalización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el tiempo proyectado.

Tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia en el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta. Por lo tanto es importante considerar aspectos como el transporte, disponibilidad de materia prima, servicios públicos, mano de obra, entre otros.³⁰

La ubicación de la planta se detalla a continuación:

- País: Ecuador
- Provincia: Pichincha
- Ciudad: Quito

³⁰<http://pravisani.com.ar/pfutn/apuntes/pdf/15esttecnico.pdf>

Gráfico No. 9
Mapa de Ecuador



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autora

3.2.1.1 Proximidad y disponibilidad del mercado y materias primas

Para seleccionar el mercado correcto hay que considerar diferentes aspectos que son determinantes para realizar una exportación. Por eso es necesario analizar la cercanía del mercado por el aspecto de canales de distribución, barreras arancelarias, convenio y tratados comerciales, acuerdos bilaterales, relaciones políticas y sociales; entre otros.

Colombia es el país vecino de Ecuador delimitado por la ciudad de Tulcán al norte del país. A más de la cercanía geográfica de estas dos ciudades desde Quito a Bogotá existen 730 km de distancia.

Entre estos mercados mantienen acuerdos bilaterales, pertenecen a mismas organizaciones, existen relaciones políticas - económicas y sociales entre ambos, además el ingreso del producto es accesible ya que es de gran aceptación en el mercado Colombiano, se considera también el tema arancelario entre las dos naciones para realizar comercio de mercaderías entre ambos.

Materias primas

En todo proceso productivo el uso de materia prima e insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario ya que en toda planificación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de materia prima durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de la materia prima que se emplee en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer.

El proveedor principal para nuestra bebida es la Agroprocesadora LAEL, quienes cuentan con la materia prima que es la Sandia para producir el jugo.

La información de nuestra principal proveedora de materia prima (Sandia) se detalla a continuación:

AGROPROCESADORA LAEL, se encuentra al nororiente de la ciudad de Quito. Cuentan con la variedad y disponibilidad de frutas entre ellas la sandia necesaria para el proceso productivo de nuestra bebida.

Datos de la empresa proveedora de Materia prima

Nombre

AGROPROCESADORA LAEL

Actividad comercial

La actividad económica de esta empresa es la distribución directa hacia los puntos de venta, hoteles, restaurantes y empresas de la ciudad de Quito y sus valles proveyendo de productos agrícolas primarios y semi elaborados, frescos de alta calidad en excelente estado directamente desde la granja hacia el cliente a precios convenientes.

Principales productos que distribuye

Tomate de árbol, Mango, Papaya, Sandía, Fresas, Naranjas, Limón, Durazno, Pitahaya, Piña, Mora, Tamarindo.

Servicio

En **AGROPROCESADORA LAEL** una de las prioridades que nos han establecido, es la de poder ofrecerle todos los productos que se adquiera, en la dirección de entrega que se especifique, en un plazo mínimo de tiempo y con las máximas garantías de entrega, lo más pronto que sea posible.

La principal ventaja de nuestro proveedor dentro de la ciudad es que puede atender el requerimiento de la fruta de una manera muy ágil. De tal manera podemos realizar un pedido sin que este se retrase o haya algún inconveniente incluyendo el medio de transporte, esto reduce el costo del mismo por la cercanía del proveedor con la planta.

Los proveedores de nuestra materia prima para la elaboración de la bebida será la Agroprocesadora LAEL, la misma que se encuentra ubicada en el pasaje Merceditas No. 440 y vía Interoceánica, Quito – Ecuador.

Agroprocesadora LAEL cuenta con la capacidad de abastecimiento acorde a la oferta de jugos que queremos comercializar en Colombia.

Para seleccionar estos proveedores, se tendrá en cuenta:

- Su cumplimiento a la hora de entregar los pedidos.
- Variedad en las frutas que ofrece
- Facilidades de pago, es decir, que de un plazo máximo de 30 días para cubrir la deuda.
- Las frutas deben estar en las mejores condiciones

Materiales Directos

Para los materiales directos mencionaremos al azúcar, quien nos proveerá Azúcar San Carlos. También necesitaremos de preservantes para que el producto no se pierda después de su elaboración y embotellamiento.

Materiales Indirectos

En cuanto a los materiales indirectos necesitaremos lo siguiente: tapas plásticas para el envase, cajas de cartón, cintas de embalaje y las etiquetas.

Para transportar el producto hasta el distribuidor en la frontera, necesitaremos combustible.

3.2.1.2. Disponibilidad de mano de obra

La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto. Dado que es un factor relevante, la mano de obra que se solicite será calificada, capacitada en las áreas que implique el proceso de producción, la disponibilidad de la misma en zonas cercanas a la planta, habilidades, destrezas y conocimientos que impliquen un correcto proceso productivo y la aplicación de los conocimientos adquiridos para realizar el trabajo encomendado.

Mano de obra directa

Para el proyecto necesitaremos 5 obreros, un Jefe Administrativo y de calidad quien estará a cargo de toda la supervisión del proceso productivo. Cabe mencionar que esta persona deberá ser un Ingeniero en procesos que conozca todo lo que comprende las normas ISO, normas de calidad, procesos productivos, experto en alimentos y conservación de productos hechos a base de alimentos perecibles, etc.

Mano de obra indirecta

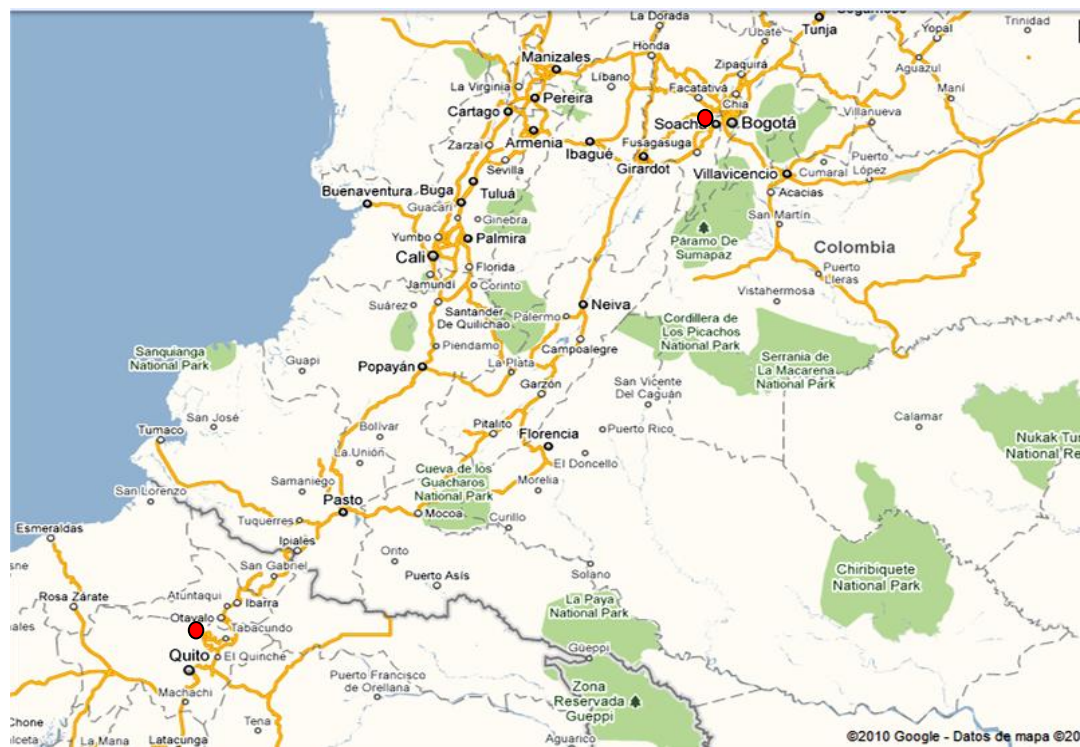
Para la mano de obra indirecta contaremos con personal en la parte Administrativa y de Ventas en áreas como gerencia, RRHH, Contabilidad, Bodega, Comercio Exterior; la persona que nos ayudará con la seguridad y limpieza de la planta.

3.2.1.3 Facilidad de transporte

El servicio de transporte es determinante al momento de movilizar la materia prima principal y demás insumos que son necesarios para la producción de bebidas. También se debe considerar el medio de transporte que se utilizará para llevar al producto a su destino final que es Bogotá - Colombia ya que de esta manera sabremos el costo del transporte, el tiempo que se tarda en llegar el producto y distribuir el mismo.

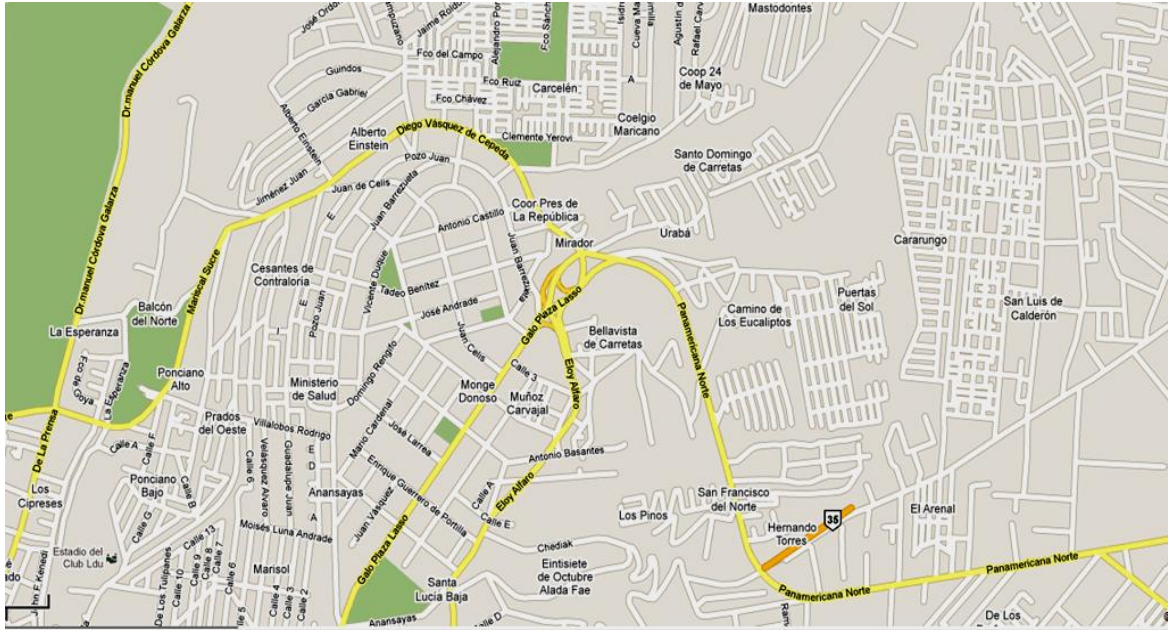
Para el transporte de la mercadería se lo hará vía terrestre, considerando que la planta se encuentra al norte de la ciudad de Quito y podemos usar las vías de acceso rápido como son la Panamericana Norte y dirigirnos por la vía a la Provincia del Carchi (Tulcán) para llegar a la frontera con Colombia.

Gráfico No. 10
Mapa de ubicación
(Origen – Destino)



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Autora

Gráfico No. 11
Mapa de vías de acceso
(Planta)



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autora

Las principales vías de acceso desde la fábrica a los diferentes destinos de la ciudad para la entrega de la materia prima también son de suma importancia, ya que conocemos el tiempo de entrega una vez solicitada la materia prima e insumos.

3.2.2 Microlocalización

La microlocalización es el estudio que se realiza con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario. Dentro de la microlocalización se podrá determinar la localización exacta de la planta, además la misma cuenta con los servicios básicos necesarios, vías de acceso, medios de comunicación, entre otros.

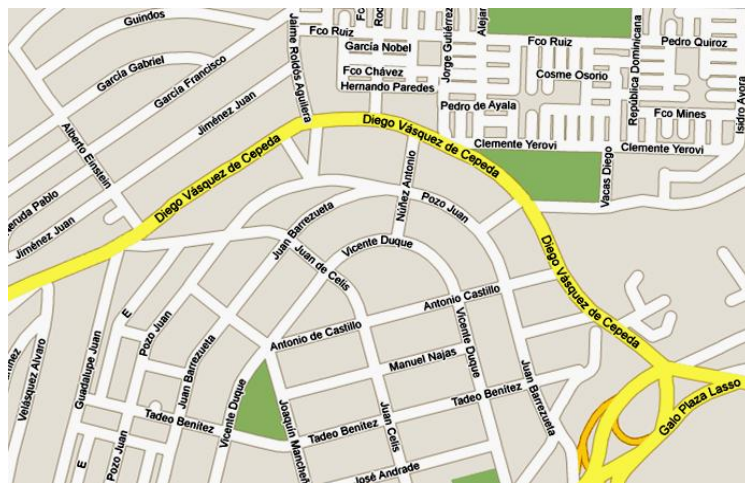
La planta estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito con la siguiente ubicación:

Sector: Norte de Quito

Barrio: Carcelén

Calles: Av. Diego de Vásquez y Núñez Antonio

Gráfico No. 12
Ubicación de la planta



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Autora

3.2.2.1 Disponibilidad de servicios públicos

Por encontrarse en una zona urbana, rodeada de industrial de diferente índole se encuentra debidamente instalada con los servicios básicos necesarios para el funcionamiento de la planta como son: agua potable, luz eléctrica, telefonía; servicios que son indispensables para el funcionamiento de cualquier área en este caso área de producción de bebidas.

3.2.3 Factores locacionales

3.2.3.1 Costos de transferencias

Los costos de transferencia son aquellos costos que la empresa asumirá por la carga y descarga de materia prima y del producto final, y también el costo por el flete que vamos a usar para llevar el producto a la frontera con Colombia; los mismos que se detallan a continuación:

3.2.3.1.1 Costos de carga

El costo de la carga desde la planta lo asumiremos nosotros.

3.2.3.1.2 Costos de descarga

El costo de la descarga del producto lo asumirá el importador.

3.2.3.1.3 Seguros y fletes

El flete que usaremos para el transporte de la mercadería será terrestre. Y por ser un producto perecible, debe ser un camión refrigerado.

3.2.4 Otros factores locacionales

3.2.4.1 Disponibilidad de costos y terrenos

En el estudio para determinar la disponibilidad de la planta es determinante para conocer las oportunidades de adecuación y ampliación de la misma para las diferentes operaciones en el proceso productivo. La planta está localizada un sector en donde existen también otras plantas industriales y como antes se mencionó con nuestra proveedora es muy fácil llegar y tenemos acceso incluso para partir desde la planta hasta las principales vías que dan acceso a la frontera con Colombia. El costo de la misma se detallará más adelante en el estudio financiero.

Por otro lado, la disponibilidad de costos para ejecutar el proyecto se obtendrá de un financiamiento con la CFN (Corporación Financiera Nacional) y la otra parte aportarán los socios.

CAPITULO IV

INGENIERIA DEL PROYECTO

En este capítulo se debe destacar información obtenida anteriormente en el estudio de mercado y técnico. En la ingeniería del proyecto se determina el proceso productivo, el uso y distribución de la tecnología a usarse para obtener nuestro producto, la correcta planificación y posibles alternativas de reducción del impacto ambiental.

Uno de los principales resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien deseado.³¹

La finalidad del estudio de ingeniería, es suministrar la información técnica necesaria para realizar una evaluación económica – financiera del proyecto. A través de esta etapa será factible determinar la cuantía de inversiones a realizar y la estructura de costos e ingresos del proyecto.

4.1 Definición del proceso de producción

Para la elaboración de nuestro producto es importante determinar la cantidad de producción y considerar que la maquinaria produzca lo necesario a un inicio del proyecto.

Es evidente que es una pequeña empresa y por ende no se podrá producir al 100%, pero sí un 60 o 70% de la producción en general.

³¹ <http://www.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>

4.1.1 Descripción del proceso productivo

Recepción y almacenamiento de materia prima.- Por lo general la sandia es transportada a granel (su consistencia lo permite). Hay que evitar golpear las sandias ya que fácilmente se estropearían por la zona del golpe si estuviesen almacenadas algunos días. El almacenamiento de la sandia deber hacerse en un lugar fresco de humedad media, de forma que no gravite mucho peso sobre el fruto. El almacenamiento no debe prolongarse más de 15 días, en condiciones normales. En caso de ser necesario un mayor tiempo de almacenaje, habría que llevarse a cabo bajo refrigeración y en condiciones de humedad controlada.

Inspección.- Durante el recorrido de la fruta por la banda transportadora se realiza una inspección visual, desechando las sandias que no llenan los requisitos para su industrialización (que estén sobre maduras, golpeadas o que tengan algún otro defecto). En este punto es importante considerar que nuestro proveedor será quien garantice la fruta para poder producirla.

Lavado.- La banda lleva a la sandia a la primera operación de lavado, a un tanque con agua que está recibiendo chorros de agua a presión desde diferentes ángulos. Este lavado es importante para eliminar agentes extraños y otros de microorganismos.

Cepillado.- Un transportador pasa la fruta a la segunda sección de lavado, donde se pasa sobre un tren de cepillos con regadera de agua sobre ellos, con el objeto de terminar la limpieza de la superficie de la fruta.

Transporte al área de extracción.- Transporte de la sandia al área de extracción de la pulpa mediante un transportador helicoidal.

Extracción.- La sandia es llevada a unos extractores o prensas de gusano helicoidal en forma de conos de bronce con paredes perforadas por donde escurre la pulpa. Al ir disminuyendo el volumen de cono, la fruta va siendo comprimida, aplastándola completamente, la cáscara y la pulpa salen por el diámetro reducido del cono, pasando a un extractor independiente.

Refinado.- El jugo obtenido en el extractor se bombea hacia un refinador donde se separa la semilla que pudo haber arrastrado el jugo. La refinación se puede realizar con una máquina tamizadora.

Clasificación.- El jugo refinado es impulsado por una bomba hacia un clasificador con el fin de retirar sedimentos finos que no pudieran haber sido separados con anterioridad, los cuales ocasionarían incrustaciones en el equipo posterior.

Inspección de contenidos y control de calidad.- En esta actividad se verifican los contenidos de azúcar del jugo.

Ajuste o corrección.- El jugo clasificado es impulsado por medio de una bomba al interior de unos tanques de corrección que se utilizan para regular las variaciones de azúcar contenidas en el jugo así como para mezclar los conservadores requeridos.

Transporte al sistema de deareación.- Se transporta por medio de una bomba y a través de un enfriador.

Enfriador y deareación.- El objeto de que el jugo pase a través de un enfriador es para alimentar dicho jugo al sistema deareador a una temperatura adecuada.

La deareación significa la extracción más efectiva del aire y demás gases contenidos en los jugos. Esta es una operación muy importante cuando los jugos deben someterse a tratamientos térmicos como la pasteurización, ya que la combinación de aire y calor constituye la condición más adecuada y favorable para la oxidación de los jugos. El mejor método de deareación es la llevada al vacío, es decir el jugo es admitido en forma de una película dentro de una cámara en la que reina un alto vacío.

El jugo frío entra en el deareador mediante el vacío en la cámara creado y mantenido por una bomba de alto vacío.

Transporte al área de pasteurización.- Transporte del producto al proceso de pasteurización.

Pasteurización.- La pasteurización se realiza por medio de un autoclave donde es introducido el producto. La pasteurización se realiza a altas temperaturas en corto tiempo, estas temperaturas inactivan las enzimas y retienen su acción aún en los tiempos más cortos de residencia. La elaboración de jugos y pulpas permite extender la vida útil de las frutas y algunas hortalizas. Ello es posible gracias a la acción de la pasteurización que permite la disminución considerable de los microorganismos fermentativos que contribuyen a acidificar el jugo a expensas de los azúcares presentes en él.

La pasteurización de los jugos, clarificados o pulposos y de las pulpas de las frutas, permite la estabilización de los mismos para luego conservarlas mediante la combinación con otros métodos como la refrigeración y la congelación, todo lo cual contribuirá a mantener la calidad y la duración del producto en el tiempo.

Envase.- Inmediatamente después del proceso de deaireación el producto es envasado automáticamente mediante una máquina envasadora conectada al deareador. Posteriormente se cierra el envase.

Etiquetado y empaquetado.- Seguido del envasado, el producto es etiquetado (por medio de una etiquetadora) , impresión de código de barras y fechas de elaboración y caducidad del jugo. Una vez realizado esto es empacado en cajas de cartón.

Transporte al área de enfriamiento.- Las cajas se transportan al área de enfriado por medio de una banda transportadora.

Enfriado.- El producto es llevado al área de enfriado para que éste baje su temperatura a temperatura ambiente para facilitar su manejo. El enfriado se realiza rociándole agua al producto o sumergiéndolo en ella.

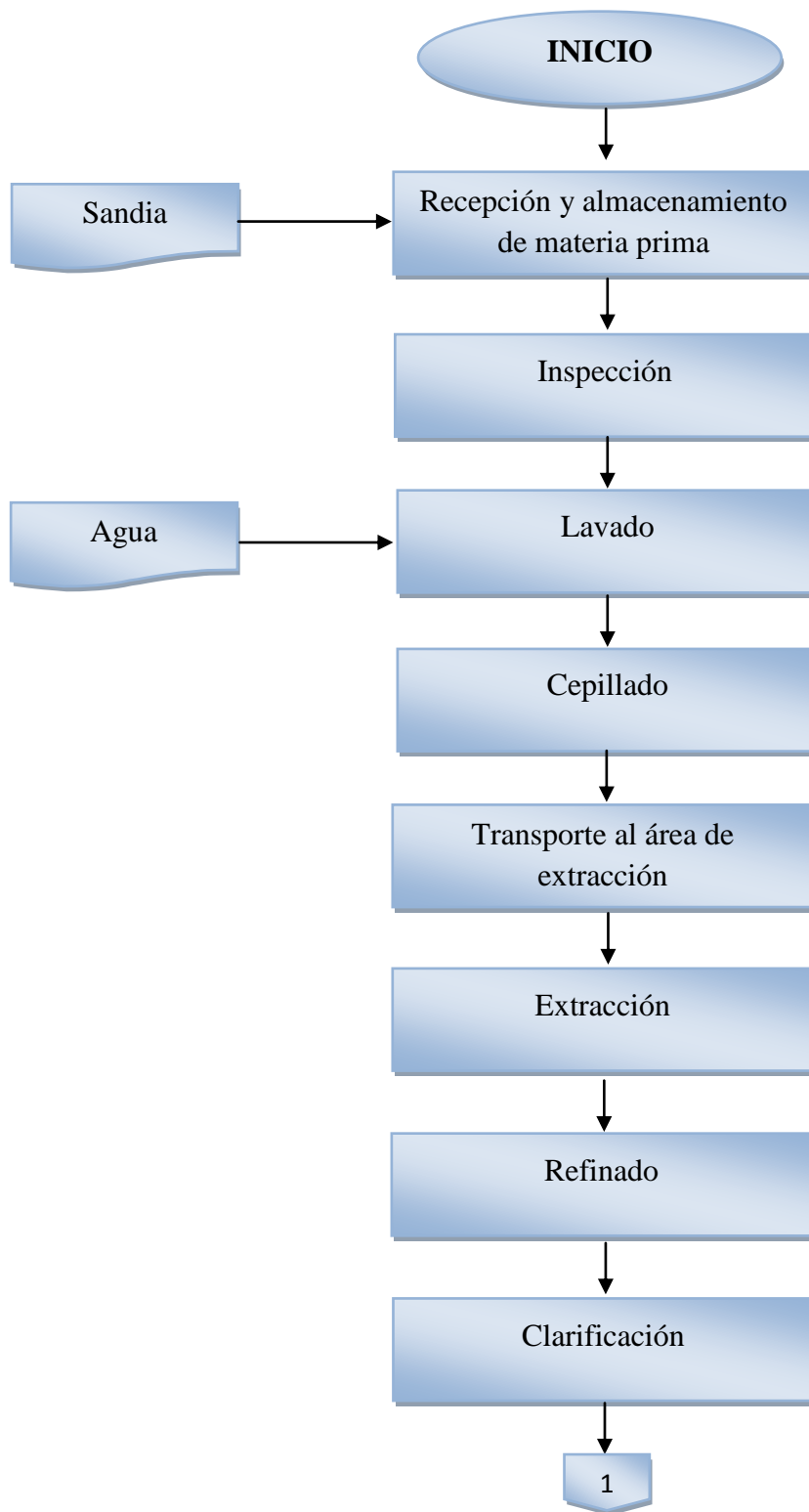
Transporte al almacén o producto terminado.- El producto final se transporta por medio de montacargas al almacén de producto terminado.

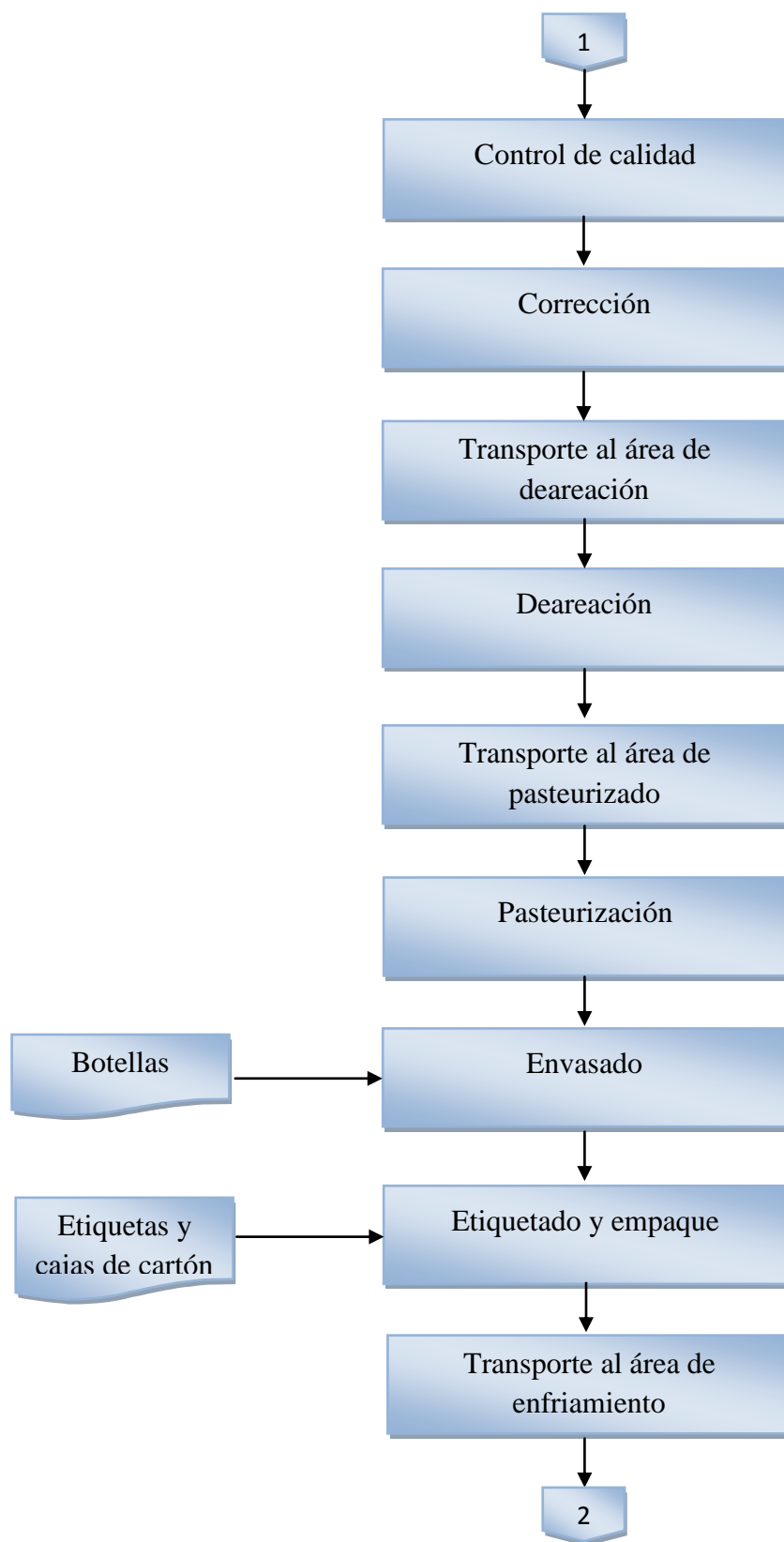
Almacenaje del producto terminado.- En este punto el producto terminado es almacenado quedando listo para su distribución.

4.2 Flujograma del proceso de producción

Gráfico No. 13

Flujograma del proceso productivo para la elaboración del jugo de Sandia





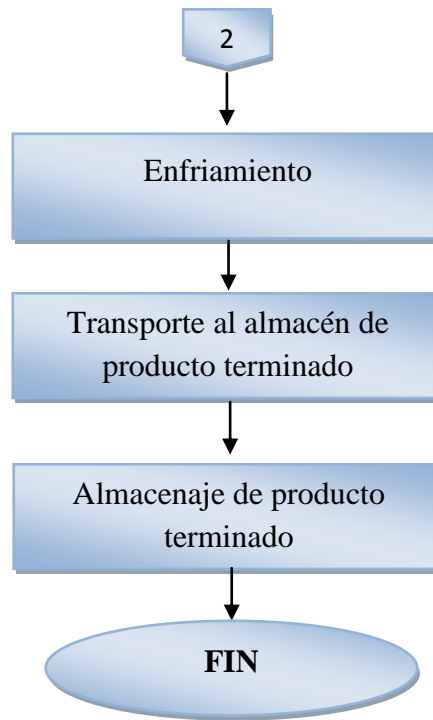
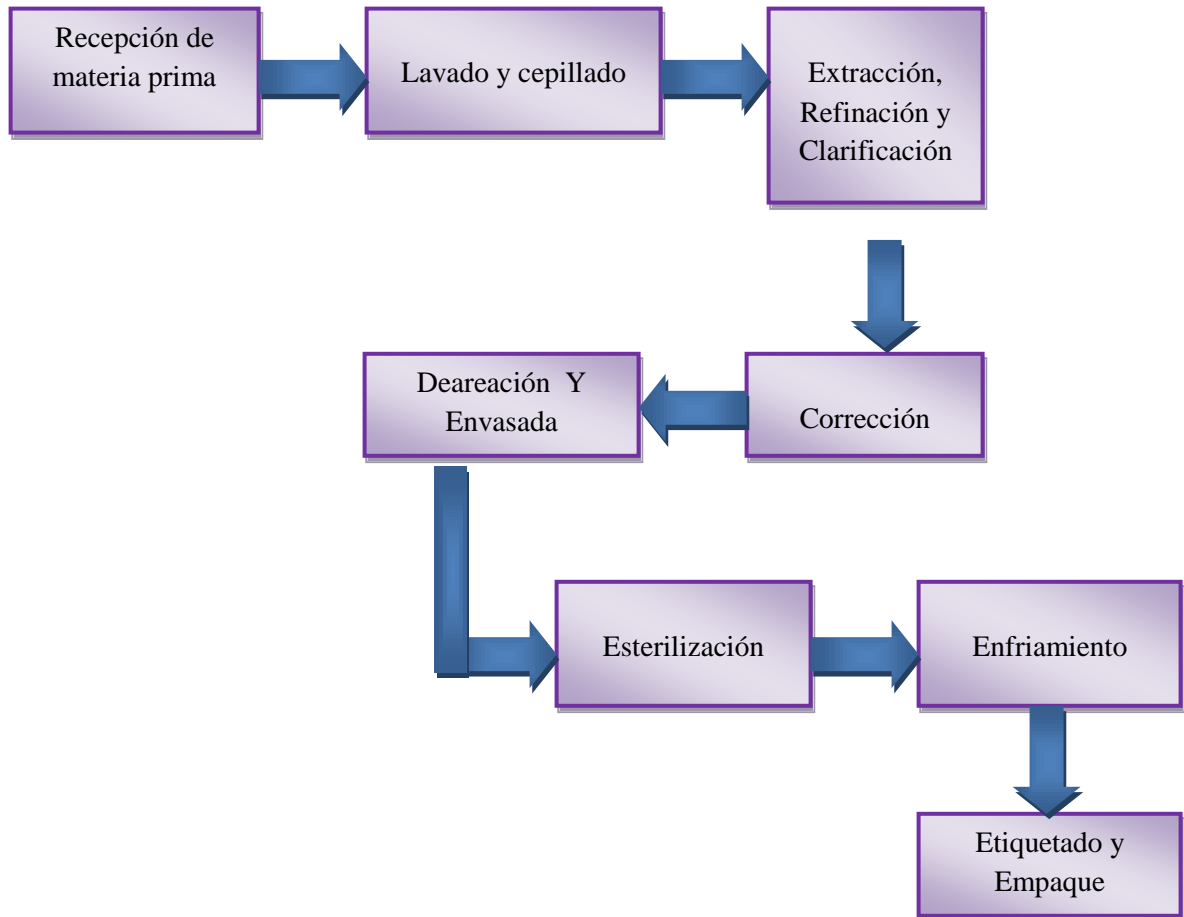


Gráfico No. 14
Flujo de Materiales



Elaborado por: Autora

4.3 Distribución de las instalaciones

Para la distribución de la planta se debe considerar todos los procesos productivos que se deben llevar a cabo, además del personal que va a ejecutar todas aquellas actividades que implican dicho proceso. También el personal administrativo que tendrá su espacio en la planta; para todo esto se ha considerado una planta con 500 m².

Cada área administrativa y de producción se detalla a continuación con sus respectivas medidas:

Cuadro No. 14

Distribución de las instalaciones (m²)

DESCRIPCIÓN	CANT.
Terreno	500,00
ÁREA ADMINISTRATIVA	
Gerencia	14,44
Asistente de Gerencia	14,44
Recepción y Sala de Espera	25,42
Contabilidad	14,44
Oficina de Recursos Humanos	21,09
Oficina de Comercio Exterior	12,92
Sala de Reuniones	12,92
SS.HH	14,63
Accesos	8,17
TOTAL ÁREA ADMINIST.	24.977,00

ÁREA DE PRODUCCIÓN	
Comedor	17,40
Deareación y Envasado	17,40
Oficina de producción	9,80
Corrección y control de calidad	7,08
Esterilización	13,65
Enfriamiento	11,65
Extracción refinamiento	24,00
Empaquetado y etiquetado	10,37
Lavado y cepillado	15,12
Bodega de MP	8,12
Área de Cáscara y Jugos	8,46
Bodega de producto terminado	8,46
Estacionamiento	91,00
TOTAL ÁREA PRODUC.	36.167,80

Elaborado por: Autora

Gráfico No. 15

Distribución espacial de la planta área de producción

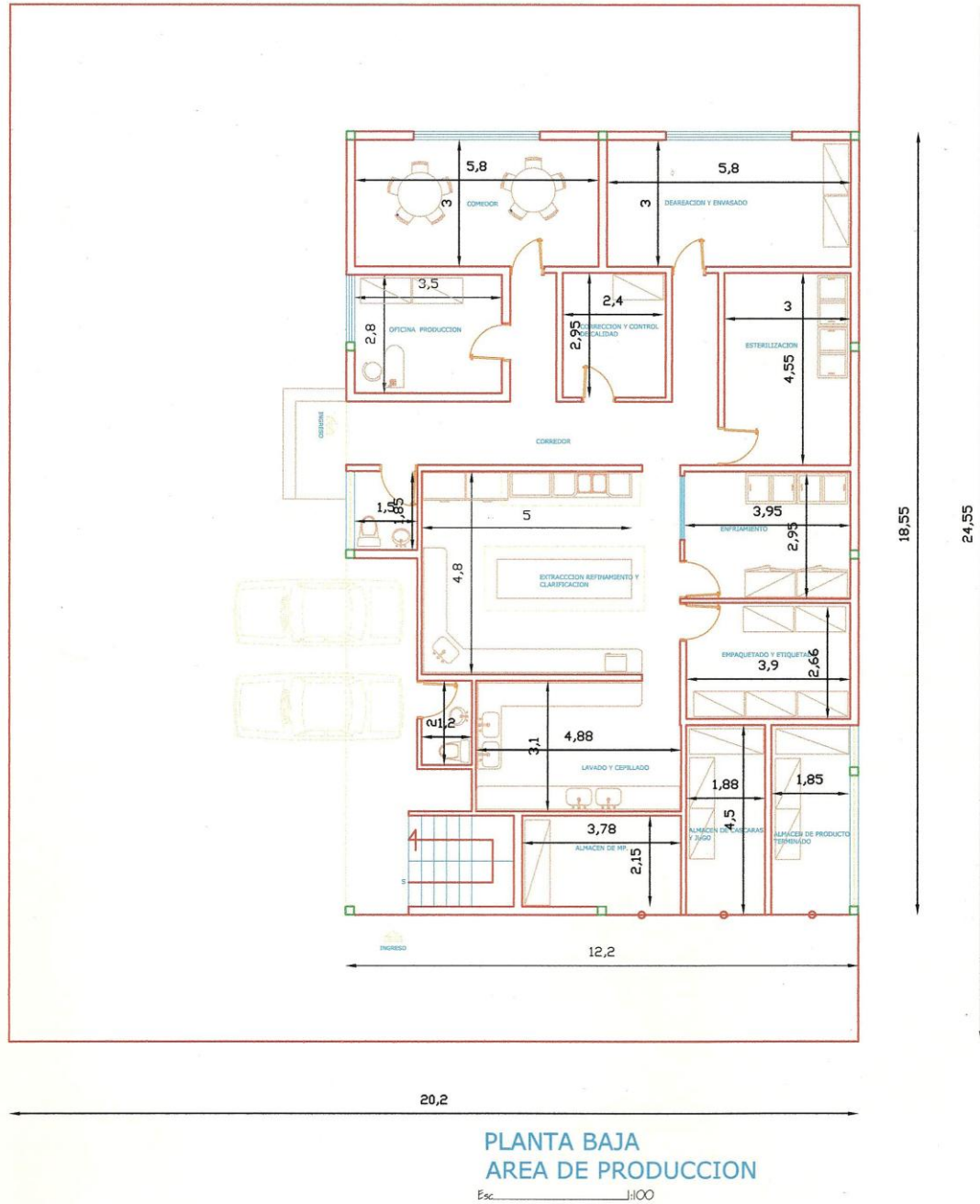
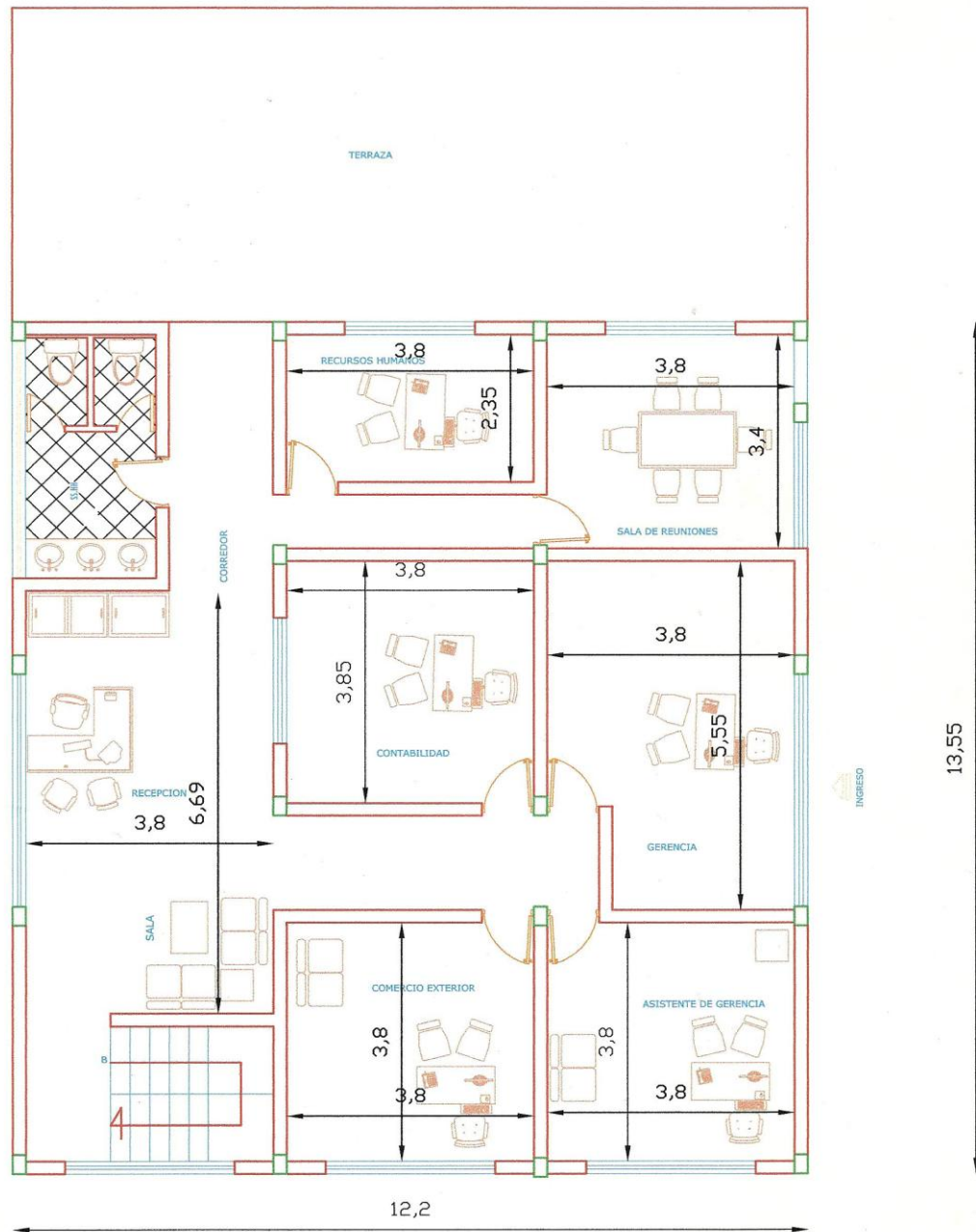


Gráfico No. 16

Distribución espacial de la planta área administrativa



PLANTA ALTA
AREA ADMINISTRATIVA

Esc. 1:100

4.4 Requerimiento de Recursos

Para hacer posible la producción de nuestro producto se requiere adquirir una serie de recursos como son: Tecnología y Recursos Humanos; esto detallado a continuación:

4.4.1 Requerimiento de Tecnología

Para la correcta implementación del equipo para la creación de una planta donde nos permita producir jugo de Sandia, se deberá adquirir la tecnología necesaria y adecuada a utilizarse durante el proceso de producción. La adquisición de la tecnología óptima permitirá que el producto se mantenga fresco pero deberá considerarse la calidad, conservación de energía, el control de desperdicios y la eficiencia en la manufactura; todo ello para garantizar un producto de entera satisfacción al mercado.

Cuadro No. 15
Maquinaria requerida para el proyecto

DESCRIPCIÓN	CANT.
Lavador de fruta	2
Despulpador de fruta	2
Plataforma evaporadora o intercambiadora de calor	1
Tanque disolvente de azúcar	2
Bomba de transferencia de solución de azúcar	2
Filtro	2
Tanque homogenizador	2
Cambiador tubular de calor	2
Bomba de transferencia	1
Máquina envasadora de jugo	1
Sistema de tapado de envases	1
Máquina etiquetadora de envases	1
Carretilla	1
Camioneta	1

Elaborado por: Autora

Lavador de fruta

Sistema de lavado por inmersión y aspersión. En la aspersión se dispone de la fruta bajo unas duchas que limpian. La eficiencia del lavado depende de la presión del agua empleada, el volumen de agua utilizado, el tiempo de lavado y la temperatura del agua. Estos aspersores suelen disponerse sobre una cinta de rodillos por la que van pasando las sandías.

Lavado por inmersión consiste en introducir las sandías en el depósito de inmersión y se puede producir movimiento del producto o del agua mediante unas paletas para aumentar la efectividad del proceso.

La fruta se introduce en el tanque, donde se dispone de agua con desinfectante para lavar por inmersión, de aquí sale la fruta automáticamente por la banda transportadora dispuesta para elevar 30 grados, en cuyo tránsito se dispone de un sistema de aspersores múltiples que terminan de lavar, antes de caer la fruta por gravedad a los recipientes.

Gráfico No. 17

Lavador de fruta



Despulpador de fruta

Es también trazadora. Licuadora y refinadora. Elaborada en acero inoxidable en todas sus partes, incluso el cuerpo del equipo. Horizontal con corrector de inclinación que la convierte en semi horizontal, para mayor rendimiento.

El sistema de aspas pateando permite que el desecho salga totalmente seco (libre de pulpa). Sistema de aspas protegidas para impedir que parta la semilla. Dotada de dos tamices para cualquier tipo de fruta, incluyendo frutas de alta dificultad.

Gráfico No. 18
Despulpador de fruta



Plataforma evaporadora o intercambiadora de calor

Un intercambiador de calor o evaporador es un dispositivo diseñado para transferir calor entre dos medios, que estén separados por una barrera o que se encuentren en contacto, de modo que mientras uno de ellos se enfría, disminuyendo la temperatura, el otro se calienta aumentando su temperatura, pasando de su estado líquido original a estado vapor.

Los evaporadores deben funcionar siempre a vacío parcial, pues esta medida reduce la temperatura de ebullición en la cámara de evaporación.

Gráfico No. 19

Plataforma evaporadora o intercambiadora de calor



Tanque disolvente de azúcar

En la industria de las bebidas, el procesamiento del azúcar en la mayoría de los casos se hace en una solución de agua.

En consecuencia, el primer paso es la producción del jarabe de azúcar estandarizado con una concentración típica entre los 60 y 67°Brix. Cuando se enciende el agitador, el azúcar granulado se suministra desde el silo directamente al tanque disolvente.

Gráfico No. 20

Tanque disolvente de azúcar

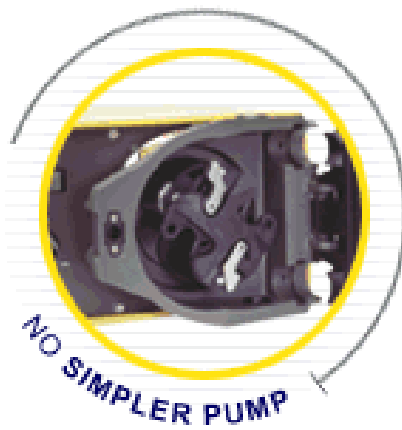


Bomba de transferencia de solución de azúcar.

No posee válvulas, sellos mecánicos, ni glándulas. El fluido contacta sólo la parte interior de la manguera y sus conectores. Debido a su simpleza de instalación, operación y mantenimiento. Contiene impulsor abierto resistente al desgaste, acero al cromo o acero inoxidable dúplex resistentes al desgaste y la corrosión, sello dinámico de eje, único en su género.

Gráfico No. 21

Bomba de transferencia de solución de azúcar.



Filtro

Esta invención se refiere a un filtro para la preparación de bebidas de fruta que comprende un material filtrante en base a fibras de metal, donde el material filtrante comprende una malla de fibra de metal prensada isostáticamente en frío, sinterizada, posiblemente de capas múltiples.

Gráfico No. 22

Filtro



Tanque homogenizador

Homogenizador de alta presión GJJ App de GJJ: Para la lechería, zumo de fruta, bebida, jarabe, gama de presión cosmética de la capacidad de flujo 0.5T/h-6T/h: 25Mpa, 40Mpa, 60Mpa, material: Funcionamiento de SUS304 o de SUS316L (certificado original de la calidad de los SS): Calidad fuerte de la Uno-Gama de la estabilidad.

Gráfico No. 23

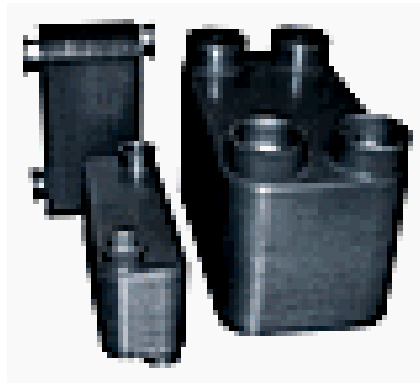
Tanque homogenizador



Cambiador tubular de calor

Empleado como refrigerador de aceite de estructura soldada, resistente a la corrosión, de acero inoxidable, rígido, para el cambio de calor entre fluidos.

Gráfico No. 24
Cambiador tubular de calor



Bomba de transferencia

La bomba de transferencia es un sistema único movable, el cual bombea material desde un contenedor a otro. No más problemas de transferencia de producto, simplemente se necesita poner un tubo de succión en el contenedor e iniciar la transferencia manual o automáticamente. El peso del tubo de succión es ajustado manual o neumáticamente.

La bomba de transferencia puede ser utilizada en cualquier lugar y esta lista para usarse en un par de minutos.

La bomba de transferencia es ideal para usarse con varios productos como rellenos de frutas, trozos de manzana, chabacano o cerezas enteras, crema, rellenos de crema, nueces y mezclas. El producto simplemente necesita estar lo suficientemente líquido para que fluya por la succión que está dentro de la bomba de transferencia.

Gráfico No. 25
Bomba de transferencia



Máquina envasadora de jugo

La serie DN-L, está enfocada para producciones de 1800 a 3000 litros (agua) por hora dependiendo del número de boquillas, es un equipo automático sencillo y versátil con facilidad para cambios de formato de envases.

El equipo cuenta con una bomba centrífuga sanitaria y regulador de flujo integral para controlar la velocidad del producto al envasar, se ofrece también en sistema de envasado por gravedad, ideal para productos delicados o muy espumosos.

Esta tecnología consiste en un sistema de boquillas que penetran y sellan el envase y que por su diseño, recirculan la espuma generada al envasar y el exceso de producto, al tanque de balance, logrando con esto un nivel de producto constante en los envases.

Esto permite un llenado rápido, sin derrames y facilitando el llenado de productos que generan espuma.

Gráfico No. 26
Máquina envasadora de jugo



Sistema de tapado de envases

La serie ERAL-OTB consta de dos equipos, el modelo OTB, que es una orientadora de tapas de tipo banda con canjilones, la cual es de inclinación variable, mediante la inclinación de esta se logra que las tapas que viajan en los canjilones, si van en la posición correcta, el centro de gravedad de la tapa permite que sigan el trayecto hacia una carrillera de descarga, si no van en la posición correcta, el centro de gravedad de la tapa hace que esta se caiga hacia la tolva de tapas para ser orientada nuevamente.

El otro equipo, modelo ERAL, consta de un cabezal de enroscado, equipado con bandas laterales para sujetar el envase en el recorrido a través de 3 juegos de discos de velocidad y apertura ajustables, los cuales al viajar el envase con la tapa estos aplican un giro a la tapa con un torque controlado.

La unión de estos dos equipo forma un conjunto automático de colocado y enroscado de tapas para casi cualquier tipo de envase.

Gráfico No. 27
Sistema de tapado de envases



Máquina etiquetadora de envases

La serie ES-1, ES-2 y ES-3, consiste en sistemas de etiquetado para aplicar etiquetas auto adheribles con uno, dos o tres cabezales aplicadores, estos equipos están concebidos para trabajar en forma integral o autónoma, ya que cuentan con su propio transportador, pudiendo acoplarse a líneas de envasado.

Este equipo es ideal para el etiquetado de envases cilíndricos, de caras planas, caras ovaladas con etiquetas al frente y reverso, o aplicación de etiquetas en tapas o caras superiores, cajas o cualquier producto que pueda ser transportado en el transportador del equipo y tenga una superficie etiquetable, pudiendo aplicar una dos o tres etiquetas en forma simultánea.

Gráfico No. 28
Máquina etiquetadora de envases



Carretilla

La carretilla es un pequeño vehículo normalmente de una sola rueda diseñado para ser propulsado por una sola persona y utilizado para el transporte a mano de carga. La carretilla de una sola rueda frontal está diseñada para distribuir el peso de la carga entre la rueda y el trabajador, lo que permite llevar cargas más pesadas que si tuvieran que ser transportadas totalmente por la persona. Esta carretilla nos ayudará para el transporte de la fruta.

Gráfico No. 29
Carretilla



Camioneta

La camioneta LUV D-MAX HEC, nos ayudará con el transporte de materiales, insumos, transporte de la fruta en el caso de visitar al proveedor. Este vehículo es un aporte por uno de los socios de la empresa.

Cuenta con las siguientes características:

Características:

- Cabina doble
- Motor a gasolina de 4 cilindros
- 2.4 litros que alcanza una potencia de 124 hp @ 4800 rpm
- Torque neto de 195 Nm @ 3600 rpm
- Tracción 4x2

Gráfico No. 30

Camioneta



Cuadro No. 16
Cuadro general de equipos

CANT.	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
2	Lavador de fruta	Características de banda: Longitud: 1,70 mts. Ancho: 45 cms. Elaborada en material teflonado atoxico y modular. Sistema de lavado por inmersión y aspersion.
2	Despulpador de fruta	Es también trazadora. Licuadora y refinadora. Elaborada en acero inoxidable en todas sus partes, incluso el cuerpo del equipo.
1	Plataforma evaporadora o intercambiadora de calor	Un intercambiador de calor es un dispositivo diseñado para transferir calor entre dos medio, de modo que mientras uno de ellos se enfría, disminuyendo la temperatura, el otro se calienta aumentando su temperatura, pasando de su estado líquido original a estado vapor.
2	Tanque disolvente de azúcar	Para la producción del jarabe de azúcar estandarizado es necesario encender el agitador, el azúcar granulado se suministra desde el silo directamente al tanque disolvente.
2	Bomba de transferencia de solución de azúcar	No posee válvulas, sellos mecánicos, ni glándulas. El fluido contacta sólo la parte interior de la manguera y sus conectores. Debido a su simpleza de instalación, operación y mantenimiento.
2	Filtro	Esta invención se refiere a un filtro para la preparación de bebidas de fruta que comprende un material filtrante en base a fibras de metal, donde el material filtrante comprende una malla de fibra de metal prensada isostáticamente en frio.

Elaborado por: Autora

CANT.	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
2	Tanque homogenizador	Homogenizador de alta presión GJJ App de GJJ: Para la lechería, zumo de fruta, bebida, jarabe, gama de presión cosmética de la capacidad de flujo
2	Cambiador tubular de calor	Empleado como refrigerador de aceite de estructura soldada, resistente a la corrosión, de acero inoxidable, rígido, para el cambio de calor entre fluidos.
1	Bomba de transferencia	La bomba de transferencia es ideal para usarse con varios productos como rellenos de frutas, nueces y mezclas. El producto simplemente necesita estar lo suficientemente líquido para que fluya por la succión que está dentro de la bomba de transferencia.
1	Sistema de tapado de envases	Equipo ideal para el tapado de envases, consta de dos equipos que al unirse enroscan la tapa muy fácilmente y el envase permanece seguro.
1	Máquina envasadora de jugo	La serie DN-L, está enfocada para producciones de 1800 a 3000 litros (agua) por hora dependiendo del número de boquillas, es un equipo automático sencillo y versátil con facilidad para cambios de formato de envases.
1	Máquina etiquetadora de envases	La serie ES-1, ES-2 y ES-3, consiste en sistemas de etiquetado para aplicar etiquetas auto adheribles con uno, dos o tres cabezales aplicadores, estos equipos están concebidos para trabajar en forma integral o autónoma.

Elaborado por: Autora

Insumos

Los insumos que serán necesarios para seguir con el proceso productivo son los siguientes:

Azúcar.- El azúcar será necesaria para la producción del jugo, por tal razón nuestro proveedor serán los supermercados, particularmente Supermaxi quien nos provea de este insumo importante para la producción del jugo.

Cajas de cartón.- Para el empaque y envío del producto usaremos cajas de cartón que nos distribuirá la Empresa Cartonera Pichincha, ubicada al norte de la ciudad de Quito en el Sector de la Florida para mayor comodidad en la distribución de las cajas a nuestra planta.

Envases.- El proveedor de nuestros envases para el jugo es la empresa SCANPLAST, es elaborado a base de polipropileno de baja densidad, lo cual permite su fácil congelación y mostrará el color del jugo de fruta.

Otros equipos necesarios

Equipo de limpieza

Con el mismo proceso productivo a más de la tecnología que se requiere también es importante tener un equipo de limpieza para las maquinas, desinfectantes para la planta, recogedores y escoba, aspiradoras, paños, trapos, cepillos, entre otros.

Gráfico No. 31
Equipo de limpieza



Equipo adicional

Toda planta debe emplear:

- Mesas de pesado
- Balanza analítica
- Mesas de trabajo
- Mesas de inspección

Equipo requeridos para el proyecto

Para el proyecto se adquirirá lo siguiente:

5 Computadores

1 Impresora – fax

5 Teléfonos alámbricos

Equipo de computación.- Serán las computadoras que se deberán adquirir para la planta.

Gráfico No. 32

Equipo de computación



Procesador Intel® Core™ i3-2120 processor (3MB Cache, 3.30GHz)

Sistema operativo Windows® 7 Home Premium Original de 64Bit en Español

Memoria 4 GB1 Dos canales SDRAM DDR3 a 1333 MHz

Disco duro SATA disco duro de 500 GB1 (rpm) (7200 rpm)

Tarjeta de video Intel® HD Graphics

Impresora multifuncional.- A continuación se detallan su información:

Esta impresora cuenta con un software Core Photo Album 6 para realizar todas sus operaciones de esta multifuncional fotográfica, que cuenta con una pantalla de 2.5 pulgadas y permite realizar correcciones e imprimir desde tarjetas CompactFlash, Memory Stick, SD o USB. Permite crear presentaciones con la posibilidad de imprimir sobre CD y DVD.

Compatible tanto con sistemas operativos Windows como con Mac.

Gráfico No. 33

Impresora multifuncional Epson RX610



Teléfono Alámbrico

Características:

- Número de Líneas 1
- Marcación de un solo dígito programable
- 10 Memorias de Marcación Rápida
- Remarcación del último número (Redial)
- Montable en pared
- Mute
- Volumen electrónico de diferentes niveles
- Indicador de timbrado

Gráfico No. 34

Teléfono Alámbrico



4.5 Balance de producción

Rango de producción empresa pequeña – mediana

Gráfico No. 35

Determinación de la producción del proyecto

JUGOS NATURALES S.A.	ESCALA DE PRODUCCIÓN
	De 500 a 3.000 litros / día

Producción Mensual:

9.000 litros (Se produce 18 días al mes)

25.714 Envases

Cabe mencionar que la producción mensual es de 9'000.000 ml (1 L = 1.000 ml), y considerando que cada envase contendrá 350 ml, tendremos como resultado 25.714 envases de jugo al mes.

CAPITULO V

COMERCIO EXTERIOR

5. 1 Descripción del producto para su exportación

Para la exportación del jugo natural proveniente de la Sandia es necesario determinar la partida arancelaria de la fruta y de los derivados de la misma transformada en una bebida.

La partida arancelaria que define las especificaciones del producto a exportar es la **2009801900** que son los demás jugos obtenidos de una fruta. La partida arancelaria de la sandia es la 080711.

Gráfico No. 36

Partida arancelaria de otros jugos provenientes de futas



Asociación Latinoamericana de Integración

[Contacto](#)
[Mapa del Sitio](#)

Servicio de apoyo al empresario

Integración y Comercio

Estadísticas

Acerca de ALADI

SICOEX - consulta interactiva

Inicio -> SICOEX

SISTEMA DE INFORMACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

Aranceles vigentes

Aranceles vigentes para un ítem arancelario nacional

Aranceles:

ARANCEL NACIONAL DE COLOMBIA

Capítulo:

20 - PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS

Partida:

2009 - Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

Ítem:

2009801900 - Los demás

(*) Última información disponible de aranceles de Colombia, publicada en Diario Oficial , con fecha 14/6/2011

Descripción	Ad Valorem	Específico	Moneda	Unidad	Base Imponible	Condiciones Especiales	Convergencia
Derechos de Aduana - Ad Valorem	15.00%	-	-	-	Costo, Seguro, Flete	-	-

Fuente: Aladi, Asociación Latinoamericana de Integración.

5.2 Requisitos para ser Exportador en la Aduana

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a: Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos, exportaciones de cueros y pieles.

Operador de Comercio exterior

Toda persona natural o jurídica que realice la actividad del comercio exterior, debe registrarse ante la SENA E a través del SICE como la figura de exportador e importador. Al momento de registrarse se le otorgará una clave en la cual podrá ingresar a un correo personal para realizar consultas y tramites que confieran a su actividad como operador.

5.3 Regímenes Aduaneros

5.3.1 Régimen aduanero de exportación³²

Exportación a consumo.- La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

³² LEY ORGÁNICA DE ADUANAS, http://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-customs.html

5.4 Trámite en la aduana³³

5.4.1 Declaración de Exportación.

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Documentos a presentar.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

Trámite.

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

5.4.2 Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

³³ ADUANA DEL ECUADOR, <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>

El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

5.4.3 Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

1. DAU impresa.
2. Orden de Embarque impresa.
3. Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
4. Documento(s) de Transporte.
5. Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

1. DAU impresa.

La Declaración Aduanera de Exportación (Régimen 40) es un documento que se realiza posterior al embarque, en el que constan los mismos datos que la orden de embarque con la diferencia que es un documento definitivo para la exportación. El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU el mismo que será impreso.

2. Orden de Embarque impresa.

Orden de Embarque (Código 15) es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. Datos como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso, factura provisional, y país destino en este caso España.

3. Factura comercial definitiva.

Es el documento en el que se fijan las condiciones de venta del jugo y sus especificaciones.

Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen (Ecuador) y para la importación en el país de destino (Colombia). También se utiliza como justificante del contrato comercial.

En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega (INCOTERM). La factura comercial puede estar en cualquier idioma de la UE; sin embargo, ciertos estados miembros de la UE pueden requerir una traducción al idioma oficial del país.

4. Documento de Transporte.

Entre los documentos de transporte se encuentra: conocimiento de embarque (marítimo), guía aérea (aéreo), y carta de porte (terrestre).

Se deberá presentar el original y copia de uno de estos documentos que dependerá de la vía que se utilice para el envío del producto. En el caso del jugo de sandía dependerá de las negociaciones que se realice con el importador ya que se negociará en términos FCA (FREE CARRIER- Franco transportista, lugar convenido).

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, en este caso el lugar es Tulcán. Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

5.5 Incoterms³⁴

Los Incoterms (International Commercial Terms), son los Términos Internacionales de Comercio en español. Los Incoterms son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of Commerce) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990, 2000 y 2010) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los Incoterms 2010 (desde el 1 de enero de 2011).

Los Incoterm regulan cuatro aspectos básicos del contrato de compraventa internacional:

1. La entrega de mercancías
2. Transmisión de riesgos
3. Distribución de gastos
4. Trámites de documentos aduaneros.

▪ Término en E: EXW

El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor; esto es, una entrega directa a la salida.

³⁴ Wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Incoterm>

Ex Works (named place) → ‘en fábrica (lugar convenido)’.

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.

El Incoterm EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos.

▪ **Términos en F: FCA, FAS y FOB**

Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador; esto es, una entrega indirecta sin pago del transporte principal.

FAS: Free Alongside Ship. Al costado del buque.

FOB: Free On Board. Franco a bordo.

FAC: Free Carrier. Franco transportista.

FAS.- El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle. El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación. El incoterm FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB.- El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador. El incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel. El incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FAC.- El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitorio, una estación ferroviaria. Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

El incoterm FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un incoterm poco usado.

▪ **Términos en C: CFR, CIF, CPT y CIP**

El vendedor contrata el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía o de costes adicionales por los hechos acaecidos después de la carga y despacho; esto es, una entrega indirecta con pago del transporte principal.

CFR: Cost and Freight. Costo y flete.

CIF: Cost, Insurance and Freight. Costo ,seguro y flete.

CPT: Carriage Paid To. Transporte pagado hasta..

CIP: Carriage and Insurance Paid (To). Transporte y seguro pagados hasta (lugar convenido).

CFR.- El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los graneles. El Incoterm CFR sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

CIF.- El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Como en el incoterm anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. El incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa.² Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores. El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.

CPT.- El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte incluido el transporte multimodal (combinación de diferentes tipos de transporte para llegar a destino).

CIP.- El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador. El Incoterm CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos (transporte multimodal).

▪ **Términos en D: DAT, DAP y DDP**

El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino; esto es una entrega directa a la llegada. Los costes y los riesgos se transmiten en el mismo punto, como los términos en E y los términos en F.

Los términos en D no se proponen cuando el pago de la transacción se realiza a través de un crédito documentario, básicamente porque las entidades financieras no lo aceptan.

▪ Términos D

DAT: Delivered At Terminal. Entregado en terminal (puerto de destino convenido).

DAP.- Delivered At Place. Entregado en un punto (lugar de destino convenido).

DDP.- Delivered Duty Paid. Entregada derechos pagados (lugar de destino convenido).

DAT.- El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP. Reemplaza el incoterm DEQ. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía se coloca en la terminal definida. También asume los riesgos hasta ese momento.

El Incoterm DEQ se utilizaba notablemente en el comercio internacional de graneles porque el punto de entrega coincide con las terminales de graneles de los puertos. (En las versiones anteriores a Incoterms 2000, con el Incoterm DEQ, el pago de la aduana de importación era a cargo del vendedor; en la versión actual, es por cuenta del comprador).

DAP.- Incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES.

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado. También asume los riesgos hasta ese momento.

DDP.- El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor.

El Incoterm que seleccionaremos para el envío de nuestro producto a Colombia es FCA. Nosotros nos haremos responsables de la carga y pagos en frontera hasta llegar al punto acordado.

5.6. Acuerdos internacionales

Sistema Generalizado de Preferencias (SPG)

El SGP es un programa de preferencias comerciales de los Estados Unidos que tiene por objeto fomentar la diversificación de las economías. Este programa otorga un tratamiento arancelario preferencial a más de 5.000 productos importados provenientes de casi 140 naciones en desarrollo, que entran exentos de impuestos y derechos aduaneros.

Fue adoptado por la Comunidad Europea el 1 de julio de 1971, y el Congreso de los Estados Unidos le otorgó autoridad legislativa en el Título V de la Ley de Comercio de 1974 por un período de 10 años, que se fue extendiendo sucesivas veces. Esta autorización venció el 30 de septiembre de 2001. La Ley de Comercio de 2002, promulgada el 6 de agosto de 2002, restablece los beneficios del SGP en forma retroactiva al 30 de septiembre de 2001, y los extiende hasta fin de 2008.

Objetivos: ³⁵

- Fomentar las corrientes del intercambio comercial, sobre todo de productos industrializados de los capítulos 25 al 99 del arancel de importaciones y de algunos productos agrícolas de los capítulos 1 al 24.
- Incrementar el ingreso de divisas por exportaciones.
- Promover los procesos de industrialización para la diversificación de las exportaciones.

Sistema generalizado de preferencias con Colombia³⁶

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador, Venezuela (Países Miembros de la Comunidad Andina) y los Estados Partes del MERCOSUR fue suscrito el 18 de octubre de 2004 y protocolizado en ALADI como Acuerdo de Complementación Económica No 59. Este Acuerdo es el resultado de la evolución de las negociaciones entre la Comunidad Andina y el Mercado Común del Sur - MERCOSUR iniciadas el 16 de abril de 1998 con la firma del Acuerdo Marco para la Creación de la Zona de Libre Comercio entre la Comunidad Andina y el MERCOSUR (AAP.A14TM No 11).

5.7 Certificados y Autorizaciones

Certificados de Calidad

El certificado de calidad que otorga el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN para exportaciones de conservas alimenticias.³⁷

³⁵ COMEX, http://comexi.gob.ec/acuerdos_comerciales.shtml

³⁶ SICE, http://www.sice.oas.org/TPD/ANDCties_MER/ANDCties_MER_s.ASP

³⁷ PRO ECUADOR, <http://proecuador.gob.ec/?qa.faq=certificados-de-calidad>

Certificado Origen

Este documento certifica que el producto de exportación ha sido producido en Ecuador. Además el mismo certifica y obliga a cumplir todas las disposiciones para la salida de la mercancía en cualquier estado en el que se encuentre. Esto, se aplica para todos los productos acogidos a los beneficios del sistema generalizado de preferencias y extiende el Ministerio de Industrias y Competitividad.

Autorización por Colombia³⁸

Los alimentos importados deberán cumplir con las normas técnico sanitarias expedidas por el Ministerio de Salud, las normas oficiales colombianas ó en su defecto con las normas del Codex Alimentarius.

Conforme a la legislación actual el otorgamiento de los Registros Sanitarios debe ser en forma automática, sin embargo, en la práctica, su trámite puede durar de dos a tres días si toda la documentación se encuentra en debida forma.

Requisitos para la Obtención de Registros Sanitarios para Alimentos

La obtención del Certificado Sanitario se tramita en el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA (www.invima.gov.co). Para ello se deberá presentar lo siguiente:

- Carta o poder debidamente legalizado ante el Cónsul Colombiano. Certificado de existencia y representación legal del interesado Nombre o razón social del fabricante y su domicilio Nombre y marca del producto.
- Descripción del producto, indicando su composición. Certificado expedido por la autoridad sanitaria del país exportador en el cual conste que el producto está autorizado para el consumo humano y es de libre venta en ese país.

³⁸ SIICE, <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Pesca%20Requisitos.pdf>

- Constancia de que el producto proviene de un fabricante o distribuidor autorizado, salvo cuando el titular del registro sea el mismo fabricante. Autorización al importador en Colombia (debe incluir las facultades de importar, vender y distribuir y de solicitar el Registro Sanitario) Etiquetas del producto Recibo de pago por derechos de registro sanitario establecidos en la ley.

Los anteriores documentos deberán presentarse ante el Cónsul Colombiano en la ciudad de origen.

Etiquetado

Registro de Marca.- Consiste en la presentación y obtención del registro de las diferentes marcas que utilice la compañía. Se obtiene en la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

La vigencia del registro de marca es de diez años prorrogables indefinidamente, los trámites para el registro demoran, en caso no haya observaciones, aproximadamente entre seis a ocho meses.

Embalajes internacionales³⁹

El embalaje protege la mercadería durante el transporte y los almacenamientos preliminares, intermedios y terminales. Si el embalaje no está bien concebido, la mercadería está sujeta a daños y la operación comercial resultará infructuosa.

Ahora bien, el embalaje como se mencionó anteriormente se usarán cajas de cartón para ubicar cada botella sin ningún problema y sin que esta sufra algún desperfecto o alteración al momento de manipular las cajas para la entrega en frontera.

Protección mecánica. – La protección mecánica durante el transporte, destinada a contrarrestar los efectos de la compresión, la torsión, los cortes, las sacudidas y las

³⁹ EMBALAJE INTERNACIONAL, <http://pdf.rincondelvago.com/requisitos-y-tramites-para-exportar.html>

vibraciones, puede mejorarse utilizando materiales de relleno que inmovilizan la mercancía dentro del embalaje.

Los artículos frágiles deben aislarse de las paredes del contenedor mediante dispositivos de suspensión que absorben los choques y minimizan las vibraciones.

5.8 Formas de cobro para la exportación

Carta de crédito ⁴⁰

Es un instrumento de pago, sujeto a regulaciones internacionales, mediante el cual un banco (Banco Emisor) obrando por solicitud y conformidad con las instrucciones de un cliente (ordenante) debe hacer un pago a un tercero (beneficiario) contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de crédito.

En otras palabras, es un compromiso escrito asumido por un banco de efectuar el pago al vendedor a su solicitud y de acuerdo con las instrucciones del comprador hasta la suma de dinero indicada, dentro de determinado tiempo y contra entrega de los documentos indicados. Este instrumento es uno de los documentos más sencillos en su forma y de los más complejos en cuanto a su contenido. Llamada también "Crédito Comercial", "Crédito Documentario", y en algunas ocasiones simplemente crédito.

Para el proyecto, usaremos la carta de crédito como único y exclusivo medio de cobro ya que en vista de los riesgos que cada una de las partes implica en la transacción comercial de cierta manera se equilibra por la seguridad que brinda el banco emisor y receptor de la carta de crédito.

El plazo acordado de la misma, para este caso únicamente será máximo 60 días.

⁴⁰ CARTA DE CREDITO, <http://www.monografias.com/trabajos17/carta-de-credito/carta-de-credito.shtml#defin>

5.9 Flete

De acuerdo al Incoterm FCA seleccionado, utilizaremos el transporte terrestre para llevar la mercadería al punto acordado, esto será en la frontera con Colombia (Tulcán), en donde se realizará la descarga del producto para entregársela al importador.

Quien nos prestará este servicio de transporte será la Empresa Transmares Group. El peso total por carga es de 4 toneladas y se transportará 9 m³ en total. Cada caja contendrá 20 botellas de 350 ml. debidamente selladas y etiquetadas. Por la condición especificada anteriormente se realizará 2 viajes cada 15 días.

El costo variará entre \$900,00 a \$1.000,00 en donde se considera que el camión contratado será refrigerado por el producto que lo requiere.

Gráfico No. 37

Servicio de Transporte



Gráfico No. 38

Empaque



Gráfico No. 39

Envase plástico transparente



Gráfico No. 40

Embarque



CAPITULO VI

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Presupuesto de Inversiones

6.1.1 Cuadro de inversiones en obra física

Para nuestro proyecto se ha determinado realizar una inversión en obra física de 500 m², la misma que estará distribuida en Bloque de Producción y Bloque Administrativo. Se presenta a continuación el presupuesto de inversión en obra física.

Cuadro No. 17

Cuadro de Inversión en obra física

CUADRO DE INVERSIONES EN OBRA FÍSICA				
DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. DE MEDIDA	VALOR UNIT. (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Terreno	500,00	m ²	200,00	25.000,00
ÁREA ADMINISTRATIVA				
Gerencia	14,44	m ²	180,00	2.599,20
Asistente de Gerencia	14,44	m ²	180,00	2.599,20
Recepción y Sala de Espera	25,42	m ²	200,00	5.084,00
Contabilidad	14,44	m ²	180,00	2.599,20
Oficina de Recursos Humanos	21,09	m ²	180,00	3.796,20
Oficina de Comercio Exterior	12,92	m ²	180,00	2.325,60
Sala de Reuniones	12,92	m ²	180,00	2.325,60
SS.HH	14,63	m ²	160,00	2.340,80
Accesos	8,17	m ²	160,00	1.307,20
TOTAL ÁREA ADMINIST.	138,47		1.600,00	24.977,00

ÁREA DE PRODUCCIÓN				
Comedor	17,4	m ²	180,00	3.132,00
Deareación y Envasado	17,4	m ²	140,00	2.436,00
Oficina de producción	9,80	m ²	140,00	1.372,00
Corrección y control de calidad	7,08	m ²	140,00	991,20
Esterilización	13,65	m ²	140,00	1.911,00
Enfriamiento	11,65	m ²	140,00	1.631,00
Extracción refinamiento	24,00	m ²	140,00	3.360,00
Empaquetado y etiquetado	10,37	m ²	180,00	1.866,60
Lavado y cepillado	15,12	m ²	180,00	2.721,60
Bodega de MP	8,12	m ²	160,00	1.299,20
Área de Cáscara y Jugos	8,46	m ²	140,00	1.184,40
Bodega de producto terminado	8,46	m ²	180,00	1.522,80
Estacionamiento	91,00	m ²	140,00	12.740,00
TOTAL ÁREA PRODUC.	242,51		2.000,00	36.167,80
INVERSIÓN TOTAL				86.144,80

Fuente: Tlgo. Edwin Augusto Cabrera

Elaborador por : Autora

En la inversión de la obra física se incluyen todos los rubros de mano de obra, materiales, herramientas y equipos utilizados en la construcción y adecuación de la planta.

El total de la inversión en obra física es de \$ 86.144,80 .

6.1.2 Inversión en equipamiento

En cuanto a la inversión en equipamiento nos referimos a materiales, herramientas, maquinaria, mobiliario, vehículos y equipo en general; necesario a utilizarse para la operación y ejecución en las actividades de la planta. Debido a que es un producto industrializado, el listado de equipo y tecnología a usarse será el adecuado para la elaboración del jugo de sandia.

Cuadro No. 18

Cuadro de inversión en equipamiento

DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MEDIDA	VALOR UNIT. (\$)	VALOR TOTAL (\$)
MUEBLES Y ENSERES				
Estación de trabajo	6	Unitario	349,80	2.098,80
Archivadores	3	Unitario	52,80	158,40
Sillones ejecutivos	2	Unitario	109,00	218,00
Sillas giratorias	10	Unitario	29,98	299,80
Mesa sala de juntas	1	Unitario	73,50	73,50
TOTAL				2.848,50
EQUIPO DE OFICINA				
Teléfonos	5	Unitario	60,00	300,00
Impresora – Copiadora	1	Unitario	280,00	280,00
TOTAL				580,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
Computadores	5	Unitario	399,00	1.995,00
TOTAL				5.423,50

Elaborado por: Autora

El total en inversión por equipamiento es de \$ 5.423,50. Ver Anexos de cotizaciones realizadas para estimación de precios.

6.1.3 Cuadro de salarios del personal

Para conocer la inversión en el personal que trabajará en la planta será importante determinar la mano de obra directa e indirecta de la misma, la misma que se detalla a continuación:

Cuadro No. 19

Mano de obra (Año 1)

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL 12.15%	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL MENSUAL (\$)
Mano de obra directa :							
Obreros	5	264,00	22,00	22,00	32,08	340,08	1.700,38

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL 12.15%	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL MENSUAL (\$)
Gastos Administrativos:							
Jefe de producción y calidad	1	500,00	41,67	22,00	60,75	624,42	624,42
Gerente	1	900,00	75,00	22,00	109,35	1.106,35	1.106,35
Asistente de gerencia	1	300,00	25,00	22,00	36,45	383,45	383,45
Contador	1	500,00	41,67	22,00	60,75	624,42	624,42
Asistente contable	1	280,00	23,33	22,00	34,02	359,35	359,35
Bodeguero	1	264,00	22,00	22,00	32,08	340,08	340,08
Conserje	1	264,00	22,00	22,00	32,08	340,08	340,08

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	APORTE PATRONAL 12.15%	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL MENSUAL (\$)
Gasto de Ventas:							
Jefe de Comercio Exterior	1	650,00	54,17	22,00	78,98	805,14	805,14
TOTAL	13						6.283,66

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 20

Mano de obra (Año 2)

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL (\$)
Mano de obra directa :									
Obreros	5	264,00	22,00	22,00	11,00	32,08	22,00	373,08	1.887,38

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL (\$)
Gastos Administrativos:									
Jefe de producción y calidad	1	500,00	41,67	22,00	20,83	60,75	41,67	686,92	728,58
Gerente	1	900,00	75,00	22,00	37,50	109,35	75,00	1.218,85	1.293,85
Asistente de gerencia	1	300,00	25,00	22,00	12,50	36,45	25,00	420,95	445,95
Contador	1	500,00	41,67	22,00	20,83	60,75	41,67	686,92	728,58
Asistente contable	1	280,00	23,33	22,00	11,67	34,02	23,33	394,35	417,69
Bodeguero	1	264,00	22,00	22,00	11,00	32,08	22,00	373,08	395,08
Conserje	1	290,00	24,17	22,00	12,08	35,24	24,17	407,65	431,82

CARGO	No. PERS.	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	V. UNITA. (\$)	V. TOTAL (\$)
Gasto de Ventas:									
Jefe de Comercio Exterior	1	650,00	54,17	22,00	27,08	78,98	54,17	886,39	940,56
TOTAL	13								7.269,49

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 21

Proyección de salarios del personal

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de obra directa :										
Obreros	20.404,56	22.648,56	23.554,50	24.496,68	25.476,55	26.495,61	27.555,44	28.657,65	29.803,96	30.996,12
Total:	20.404,56	22.648,56	23.554,50	24.496,68	25.476,55	26.495,61	27.555,44	28.657,65	29.803,96	30.996,12

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gastos Administrativos:										
Jefe de producción	7.493,00	8.743,00	9.092,72	9.456,43	9.834,69	10.228,07	10.637,20	11.062,68	11.505,19	11.965,40
Gerente	13.276,20	15.526,20	16.147,25	16.793,14	17.464,86	18.163,46	18.890,00	19.645,60	20.431,42	21.248,68
Asistente de gerencia	4.601,40	5.351,40	5.565,46	5.788,07	6.019,60	6.260,38	6.510,80	6.771,23	7.042,08	7.323,76
Contador	7.493,00	8.743,00	9.092,72	9.456,43	9.834,69	10.228,07	10.637,20	11.062,68	11.505,19	11.965,40
Asistente contable	4.312,24	5.012,24	5.212,73	5.421,24	5.638,09	5.863,61	6.098,16	6.342,08	6.595,77	6.859,60
Bodeguero	4.080,91	4.740,91	4.930,55	5.127,77	5.332,88	5.546,20	5.768,04	5.998,77	6.238,72	6.488,27
Conserje	4.080,91	5.181,82	5.389,09	5.604,66	5.828,84	6.062,00	6.304,48	6.556,66	6.818,92	7.091,68
Total:	45.337,66	53.298,57	55.430,51	57.647,74	59.953,64	62.351,79	64.845,86	67.439,70	70.137,28	72.942,78

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gasto Ventas:										
Jefe de Comercio Exterior	9.661,70	11.286,70	11.738,17	12.207,69	12.696,00	13.203,84	13.732,00	14.281,28	14.852,53	15.446,63
TOTAL PROYECCIÓN SUELDOS	75.403,92	87.233,83	90.723,19	94.352,11	98.126,20	102.051,25	106.133,29	110.378,63	114.793,77	119.385,52

Elaborado por: Autora

6.1.4 Cuadro de inversiones en materiales

En cuanto a la inversión de los materiales se debe considerar materia prima y materiales directos como indirectos.

La materia prima que se va a utilizar para la elaboración de nuestro jugo es la Sandia y azúcar.

6.1.4.1 Materiales directos

Cuadro No. 22

Requerimiento de materia prima anual

DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID. MEDIDA	V. UNITARIO (USD.)	V. TOTAL (USD.)
Sandia	4.500	Unidades	0,85	3.825,00
Azúcar	29	Quintales	38,00	1.102,00
				\$ 4.927,00

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 23

Requerimiento anual de materiales directos

Descripción	V. Unitario (\$)	AÑO 1 -2		AÑO 3 -4		AÑO 5 – 6		AÑO 7 - 10	
		Cantidad	Valor (\$)	Cantidad	Valor (\$)	Cantidad	Valor (\$)	Cantidad	Valor (\$)
Sandia	0,85	4.500,00	3.825,00	4.500,00	3.825,00	4.590,00	3.901,50	4.681,80	3.979,53
Quintal de azúcar	38,00	29,00	1.102,00	29,00	1.102,00	29,58	1.124,04	30,17	1.146,52
TOTAL			4.927,00		4.927,00		5.025,54		5.126,05

Elaborado por: Autora

6.1.4.2 Materiales Indirectos

Son aquellos materiales que serán utilizados para la presentación del producto terminado, como son: etiquetas, envases y cajas de cartón.

Cuadro No. 24

Costos de Materiales Indirectos

COSTOS DE MATERIALES INDIRECTOS	
DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO
Etiquetas	0,02
Cajas de cartón	0,40
Envases	0,08

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 25

Requerimiento anual de Materiales Indirectos

DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO (\$)	AÑO 1 -2		AÑO 3 - 4		AÑO 5 - 6		AÑO 7 - 10	
		CANTIDAD	VALOR (\$)	CANTIDAD	VALOR (\$)	CANTIDAD	VALOR (\$)	CANTIDAD	VALOR (\$)
Etiquetas	0,02	308.568,00	4.628,52	308.568,00	4.628,52	314.739,36	4.721,09	321.034,15	4.815,51
Cajas de cartón	0,40	15.428,00	6.171,20	15.428,00	6.171,20	15.736,56	6.294,62	16.051,29	6.420,52
Envases	0,08	308.568,00	23.142,60	308.568,00	23.142,60	314.739,36	23.605,45	321.034,15	24.077,56
TOTAL			33.942,32		33.942,32		34.621,17		35.313,59

Elaborado por: Autora

6.1.5 Servicios generales

Los insumos generales son aquellos que se requieren para el funcionamiento de la maquinaria y equipos dentro del proceso productivo.

Cuadro No. 26

Servicios Generales (Dólares)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Luz eléctrica	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Agua	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Teléfono e Internet	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Combustible	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00

Elaborado por: Autora

6.1.6 Maquinaria y equipo tecnológico

Se refiere a la inversión que se ha de incurrir en cuanto a maquinaria y equipo a utilizarse para la producción del jugo.

Cuadro No. 27

Cuadro de maquinaria y equipo tecnológico

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
Lavador de fruta	2	2.500,00	5.000,00
Despulpador de fruta	2	1.490,00	2.980,00
Plataforma evaporadora o intercambiadora de calor	1	1.500,00	1.500,00
Tanque disolvente de azúcar	2	980,00	1.960,00
Bomba de transferencia de solución de azúcar	2	700,00	1.400,00
Filtro	2	400,00	800,00
Tanque homogenizador	2	1.300,00	2.600,00
Cambiador tubular de calor	2	1.200,00	2.400,00
Bomba de transferencia	1	1.000,00	1.000,00
Sistema de tapado de envases	1	1.200,00	1.200,00
Máquina envasadora de jugo	1	1.450,00	1.450,00
Máquina etiquetadora de envases	1	1.300,00	1.300,00
Carretilla	1	1.000,00	1.000,00
Purificador de agua	1	1.500,00	1.500,00
TOTAL			26.090,00

Elaborado por: Autora

6.1.7 Depreciaciones

La depreciación, por concepto, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes.⁴¹

Para el cálculo de la depreciación se utilizará el método de línea recta, con la siguiente fórmula:

Método de línea recta

$$\text{Depreciación} = \frac{(\text{CH} - \text{VR})}{n}$$

CH= Costo adquirir

VR= % depreciación

N= años

⁴¹ <http://www.depreciacion.net/concepto-definicion.html>

6.1.7.1 Depreciaciones Área de producción

Cuadro No. 28

Depreciación Edificio Bloque Producción

Vida útil: 20 años

% Deprec. : 5%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			36.167,80
1	1.717,97	1.717,97	34.449,83
2	1.717,97	3.435,94	32.731,86
3	1.717,97	5.153,91	31.013,89
4	1.717,97	6.871,88	29.295,92
5	1.717,97	8.589,85	27.577,95
6	1.717,97	10.307,82	25.859,98
7	1.717,97	12.025,79	24.142,01
8	1.717,97	13.743,76	22.424,04
9	1.717,97	15.461,73	20.706,07
10	1.717,97	17.179,71	18.988,10
11	1.717,97	18.897,68	17.270,12
12	1.717,97	20.615,65	15.552,15
13	1.717,97	22.333,62	13.834,18
14	1.717,97	24.051,59	12.116,21
15	1.717,97	25.769,56	10.398,24
16	1.717,97	27.487,53	8.680,27
17	1.717,97	29.205,50	6.962,30
18	1.717,97	30.923,47	5.244,33
19	1.717,97	32.641,44	3.526,36
20	1.717,97	34.359,41	1.808,39

Elaborado por : Autora

Cuadro No. 29

Depreciaciones Maquinaria y Equipo

Vida útil: 10 años

% Deprec. : 10%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			26.090,00
1	2.348,10	2.348,10	23.741,90
2	2.348,10	4.696,20	21.393,80
3	2.348,10	7.044,30	19.045,70
4	2.348,10	9.392,40	16.697,60
5	2.348,10	11.740,50	14.349,50
6	2.348,10	14.088,60	12.001,40
7	2.348,10	16.436,70	9.653,30
8	2.348,10	18.784,80	7.305,20
9	2.348,10	21.132,90	4.957,10
10	2.348,10	23.481,00	2.609,00

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 30

Depreciaciones de Vehículos

Vida útil: 5 años

% Deprec. : 20%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			19.990,00
1	3.198,40	3.198,40	16.791,60
2	3.198,40	6.396,80	13.593,20
3	3.198,40	9.595,20	10.394,80
4	3.198,40	12.793,60	7.196,40
5	3.198,40	15.992,00	3.998,00

Elaborado por: Autora

6.1.7.2 Depreciaciones Área Administrativa

Cuadro No. 31

Depreciación Edificio Área Administrativa

Vida útil: 20 años

% Deprec. : 5%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			24.977,00
1	1.186,41	1.186,41	23.790,59
2	1.186,41	2.372,82	22.604,19
3	1.186,41	3.559,22	21.417,78
4	1.186,41	4.745,63	20.231,37
5	1.186,41	5.932,04	19.044,96
6	1.186,41	7.118,45	17.858,56
7	1.186,41	8.304,85	16.672,15
8	1.186,41	9.491,26	15.485,74
9	1.186,41	10.677,67	14.299,33
10	1.186,41	11.864,08	13.112,93
11	1.186,41	13.050,48	11.926,52
12	1.186,41	14.236,89	10.740,11
13	1.186,41	15.423,30	9.553,70
14	1.186,41	16.609,71	8.367,29
15	1.186,41	17.796,11	7.180,89
16	1.186,41	18.982,52	5.994,48
17	1.186,41	20.168,93	4.808,07
18	1.186,41	21.355,34	3.621,66
19	1.186,41	22.541,74	2.435,26
20	1.186,41	23.728,15	1.248,85

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 32

Depreciación Muebles y Enseres

Vida útil: 10 años

% Deprec. : 10%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			2.848,50
1	256,37	256,37	2592,14
2	256,37	512,73	2335,77
3	256,37	769,10	2079,41
4	256,37	1025,46	1823,04
5	256,37	1281,83	1566,68
6	256,37	1538,19	1310,31
7	256,37	1794,56	1053,95
8	256,37	2050,92	797,58
9	256,37	2307,29	541,22
10	256,37	2563,65	284,85

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 33

Depreciación Equipo de Oficina

Vida útil: 10 años

% Deprec. : 10%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			580,00
1	52,20	52,20	527,80
2	52,20	104,40	475,60
3	52,20	156,60	423,40
4	52,20	208,80	371,20
5	52,20	261,00	319,00
6	52,20	313,20	266,80
7	52,20	365,40	214,60
8	52,20	417,60	162,40
9	52,20	469,80	110,20
10	52,20	522,00	58,00

Elaborado por: Autora

Cuadro No. 34

Depreciación Equipos de Computación

Vida útil: 3 años

% Deprec. : 33%

AÑOS	DEPRE. ANUAL	DEPRE. ACUM.	SALDO EN LIBROS
0			1.995,00
1	445,55	445,55	1.549,45
2	445,55	891,10	1.103,90
3	445,55	1.336,65	658,35

Elaborado por: Autora

6.1.8 Costos del proyecto

6.1.8.1 Costos de producción

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.⁴²

Se considera en este proyecto costos de producción aquellos valores que se incurren desde el proceso productivo del jugo hasta su despacho y posterior embarque. Los mismos son: materia prima, mano de obra directa e indirecta, materiales directos, costos de insumos, depreciación y amortización.

⁴² <http://www.fao.org/DOCREP/003/V8490S/v8490s06.htm>

Cuadro No. 35

Costos de Producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costos directos de producción										
Materia directos	4.927,00	4.927,00	4.927,00	4.927,00	5.025,54	5.025,54	5.126,05	5.126,05	5.126,05	5.126,05
Mano de obra directa	20.404,56	22.648,56	23.554,50	24.496,68	25.476,55	26.495,61	27.555,44	28.657,65	29.803,96	30.996,12
Costos indirectos de producción										
Materiales indirectos	33.942,32	33.942,32	33.942,32	33.942,32	34.621,17	34.621,17	35.313,59	35.313,59	35.313,59	35.313,59
Mano de obra indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos generales	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Depreciaciones	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97	1.717,97
Subtotal	65.791,85	68.035,85	68.941,79	69.883,97	71.641,23	72.660,29	74.513,05	75.615,26	76.761,57	77.953,73
Imprevistos 2%	1.315,84	1.360,72	1.378,84	1.397,68	1.432,82	1.453,21	1.490,26	1.512,31	1.535,23	1.559,07
TOTAL	67.107,69	69.396,57	70.320,63	71.281,65	73.074,05	74.113,49	76.003,31	77.127,57	78.296,80	79.512,80

Elaborado por: Autora

6.1.8.2 Gastos de constitución

Los gastos de constitución son aquellos gastos en que debemos incurrir de forma obligatoria para la conformación de la compañía, y según las NIIF se consideran como gasto en el momento en que se generan. Los mismos se detallan a continuación:

Cuadro No. 36

Gastos de Constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR
Abogado	1.000,00
Trámite permiso de funcionamiento	150,00
Superintendencia de Compañías	400,00
Cámara de comercio	1.500,00
Registro Mercantil	500,00
Gastos Notarios	200,00
Subtotal	3.750,00
Imprevistos 5%	187,50
TOTAL	3.937,50

Elaborado por: Autora

6.1.8.3 Gastos de Administración

Son aquellos costos que se deben incurrir en la administración de la empresa, como son los sueldos de los empleados ya sea administrativo u operativo, servicios básicos. Adicional a esto, también se deben incluir los cargos correspondientes por depreciación y amortización.

Cuadro No. 37

Gastos de Administración

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Remuneración del personal	45.337,66	53.298,57	55.430,51	57.647,74	59.953,64	62.351,79	64.845,86	67.439,70	70.137,28	72.942,78
Servicios Básicos	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Suministros de oficina	400,00	408,00	416,16	424,48	432,97	441,63	450,46	459,47	468,66	478,04
Depreciaciones	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33	7.684,33
Gastos de constitución	3.937,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	61.559,49	65.590,90	67.731,00	69.956,55	72.270,95	74.677,75	77.180,66	79.783,50	82.490,28	85.305,14
Imprevistos (2%)	1.231,19	1.311,82	1.354,62	1.399,13	1.445,42	1.493,56	1.543,61	1.595,67	1.649,81	1.706,10
TOTAL	62.790,68	66.902,72	69.085,62	71.355,68	73.716,36	76.171,31	78.724,27	81.379,17	84.140,08	87.011,24

Elaborado por: Autora

6.1.9 Gastos de Ventas

El costo de venta son todos aquellos costos que se determinan por publicidad, mercadeo, viajes, transporte y todo lo que se incurra en el proceso de venta y expansión de nuestro producto. Determinaremos los costos que al inicio del ejercicio económico son necesarios definir en cuanto a convenios y negociaciones para concluir con una relación entre nuestra empresa y el país al cual vamos a exportar.

Cuadro No. 38

Gastos de Ventas

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Remuneración del personal	9.661,70	11.286,70	11.738,17	12.207,69	12.696,00	13.203,84	13.732,00	14.281,28	14.852,53	15.446,63
Movilización y Viáticos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Publicidad	500,00	510,00	520,20	530,60	541,22	552,04	563,08	574,34	585,83	597,55
Tramites agente de aduana	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Flete	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65	9.189,23	9.648,69	10.131,12	10.637,68	11.169,56
Sub total	17.611,70	19.606,70	20.446,37	21.323,20	22.238,86	23.195,11	24.193,77	25.236,74	26.326,04	27.463,74
Imprevistos 5%	880,59	980,34	1.022,32	1.066,16	1.111,94	1.159,76	1.209,69	1.261,84	1.316,30	1.373,19
Total	18.492,29	20.587,04	21.468,69	22.389,36	23.350,81	24.354,87	25.403,45	26.498,58	27.642,34	28.836,92

Elaborado por: Autora

Ver Anexo No. 6

6.1.10 Gastos Financieros

Los gastos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para el funcionamiento de la compañía. Es decir, dicha compensación son los intereses que para la empresa representa un costo.

El préstamo debe incluir toda la inversión a realizarse para la ejecución del la planta, como son los activos fijos y diferidos y capital de trabajo.

Cuadro No. 39

Financiamiento del proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR
ACTIVOS NO CORRIENTES	
Terrenos y edificio	86.144,80
Muebles y enseres	2.848,50
Equipo de oficina y computación	2.575,00
Vehículo	19.990,00
Maquinaria y equipo	26.090,00
Total activos fijos	137.648,30
ACTIVOS CORRIENTES	
Capital de trabajo	39.227,84
Total activo	
TOTAL INVERSIÓN	176.876,14
FINANCIAMIENTO INTERNO APOORTE DE LOS SOCIOS	
Aporte socio 1	40.000,00
Efectivo \$ 20.010,00	
Vehículo \$ 19.990,00	
Aporte socio 2	35.000,00
Aporte socio 3	25.000,00
Total Aporte socio	100.000,00
FINANCIAMIENTO EXTERNO	
Préstamos Bancario	76.876,14
Total Financiamiento	76.876,14

Elaborado por: Autora

6.1.10.1 Financiamiento Externo

La CFN (Corporación Financiera Nacional) será quien nos proporcionará el financiamiento necesario para continuar con la actividad económica de la empresa. La misma que detalla sus condiciones para el monto asignado como préstamo para un proyecto nuevo.

Monto: \$ 76.876,14

Plazo (n): 10 años

Interés: 9%

* Las condiciones y requisitos que indica la CFN, se observa en el Anexo No. 9

La fórmula para obtener la cuota es la siguiente:

$$\text{Cuota} = \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}} * \text{valor presente}$$

Cuadro No. 40

Gastos Financieros

Descripción	Capital	Interés	Cuota Total Anual
Préstamo Ajeno	5.059,99	6.918,85	11.978,85

Elaborado por: Autora

Detalle de amortización del préstamo:

Cuadro No. 41

Tabla de Amortización del préstamo bancario

AÑOS	MONTO	ANUALIDAD	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
1	76.876,14	11.978,85	5.059,99	6.918,85	71.816,15
2	71.816,15	11.978,85	5.515,39	6.463,45	66.300,75
3	66.300,75	11.978,85	6.011,78	5.967,07	60.288,97
4	60.288,97	11.978,85	6.552,84	5.426,01	53.736,13
5	53.736,13	11.978,85	7.142,60	4.836,25	46.593,54
6	46.593,54	11.978,85	7.785,43	4.193,42	38.808,11
7	38.808,11	11.978,85	8.486,12	3.492,73	30.321,99
8	30.321,99	11.978,85	9.249,87	2.728,98	21.072,12
9	21.072,12	11.978,85	10.082,36	1.896,49	10.989,77
10	10.989,77	11.978,85	10.989,77	989,08	0,00
TOTAL		119.788,47	76.876,14	42.912,33	

Elaborado por: Autora

6.1.11 Capital de trabajo

El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal; se refiere a los activos corrientes o los recursos necesarios para implementarlo en el ejercicio económico de la compañía a corto plazo.

El capital de trabajo permite medir el equilibrio patrimonial de la compañía. Se trata de una herramienta muy importante para nuestro análisis dentro del proyecto ya que refleja una relación muy estrecha con las operaciones diarias del negocio.⁴³

A continuación se detallan los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto:

Cuadro No. 42

Capital de trabajo

Descripción	Valor
Costos de producción (sin depreciación)	65.389,72
Gastos de administración (sin depreciación)	54.952,67
Gastos de ventas (sin depreciaciones)	18.492,29
Gastos financiero	15.000,00
Subtotal:	153.834,67
Imprevistos 2%	3.076,69
Total	156.911,36

CAPITAL MENSUAL	13.075,95
CAPITAL TRIMESTRAL	39.227,84

Elaborado por: Autora

El capital de trabajo para el primer año que se requiere es de \$ 156.911,36 y trimestralmente \$ 39.227,84

⁴³ CAPITAL DE TRABAJO. <http://definicion.de/capital-de-trabajo/>

6.1.12 Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto son específicamente provenientes de las ventas que se realizan al exterior (Colombia). Para ello se detalla a continuación el presupuesto estimado mensual y anual para determinar los mismos.

Cuadro No. 43

Presupuesto de Ingresos del proyecto

AÑOS	Cantidad producida anual		PRECIO	TOTAL	Cantidad producida mensual		PRECIO	TOTAL
	No. Botellas	LITROS			No. Botellas	LITROS		
1	308.568,00	108.000,00	0,65	200.569,20	25.714,00	9.000,00	0,65	16.714,10
2	308.568,00	108.000,00	0,65	200.569,20	25.714,00	9.000,00	0,65	16.714,10
3	308.568,00	108.000,00	0,65	200.569,20	25.714,00	9.000,00	0,65	16.714,10
4	308.568,00	108.000,00	0,65	200.569,20	25.714,00	9.000,00	0,65	16.714,10
5	308.568,00	108.000,00	0,65	200.569,20	25.714,00	9.000,00	0,65	16.714,10
6	339.424,80	118.800,00	0,65	220.626,12	28.285	9.900,00	0,65	18.385,51
7	339.424,80	118.800,00	0,65	220.626,12	28.285	9.900,00	0,65	18.385,51
8	339.424,80	118.800,00	0,65	220.626,12	28.285	9.900,00	0,65	18.385,51
9	339.424,80	118.800,00	0,65	220.626,12	28.285	9.900,00	0,65	18.385,51
10	339.424,80	118.800,00	0,65	220.626,12	28.285	9.900,00	0,65	18.385,51

Elaborado por: Autora

6.2 Elaboración del flujo de fondos con financiamiento

El flujo de fondos es un análisis que se realiza para determinar el efectivo anual que se requiere para el proyecto. El mismo se obtiene con la proyección de las cifras para los siguientes años; este puede ser con o sin financiamiento.

Cuadro No. 44

Flujo de Fondos con Financiamiento

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas		200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12
Costos de Producción		67.107,69	69.396,57	70.320,63	71.281,65	73.074,05	74.113,49	76.003,31	77.127,57	78.296,80	79.512,80
Utilidad Bruta		133.461,51	131.172,63	130.248,57	129.287,55	127.495,15	146.512,63	144.622,81	143.498,55	142.329,32	141.113,32
Gastos de Administración		62.790,68	66.902,72	69.085,62	71.355,68	73.716,36	76.171,31	78.724,27	81.379,17	84.140,08	87.011,24
Gastos de Ventas		18.492,29	20.587,04	21.468,69	22.389,36	23.350,81	24.354,87	25.403,45	26.498,58	27.642,34	28.836,92
Utilidad Operacional		52.178,55	43.682,88	39.694,26	35.542,51	30.427,98	45.986,45	40.495,09	35.620,80	30.546,90	25.265,15
(-) Pago de Intereses		6.918,85	6.463,45	5.967,07	5.426,01	4.836,25	4.193,42	3.492,73	2.728,98	1.896,49	989,08
Utilidad antes de participaciones		45.259,69	37.219,43	33.727,19	30.116,50	25.591,73	41.793,04	37.002,36	32.891,82	28.650,41	24.276,07
15% trabajadores		6.788,95	5.582,91	5.059,08	4.517,48	3.838,76	6.268,96	5.550,35	4.933,77	4.297,56	3.641,41
Utilidad antes de impuestos		38.470,74	31.636,51	28.668,12	25.599,03	21.752,97	35.524,08	31.452,01	27.958,05	24.352,85	20.634,66
25% Impuesto a la Renta		9.617,68	7.909,13	7.167,03	6.399,76	5.438,24	8.881,02	7.863,00	6.989,51	6.088,21	5.158,66
UTILIDAD NETA		28.853,05	23.727,38	21.501,09	19.199,27	16.314,72	26.643,06	23.589,00	20.968,54	18.264,63	15.475,99
(+) Amortizaciones y Depreciaciones		9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30
(+) Valor de Salvamento											10.073,52
(-) Inversión Capital de Trabajo	-39.227,84										
(-) Inversión Activos Fijos	-137.648,30										
(+) Crédito del Banco	76.876,14										
(-) Pago de Préstamo		-5.059,99	-5.515,39	-6.011,78	-6.552,84	-7.142,60	-7.785,43	-8.486,12	-9.249,87	-10.082,36	-10.989,77
FLUJO NETO DE CAJA	-100.000,00	33.195,36	27.614,29	24.891,61	22.048,73	18.574,43	28.259,93	24.505,19	21.120,97	17.584,58	23.962,05

Elaborado por: Autora

6.3 Elaboración del flujo de fondos sin financiamiento

Cuadro No. 45
Flujo de Fondos sin financiamiento

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas netas		200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12
Costos de Producción		67.107,69	69.396,57	70.320,63	71.281,65	73.074,05	74.113,49	76.003,31	77.127,57	78.296,80	79.512,80
Utilidad Bruta		133.461,51	131.172,63	130.248,57	129.287,55	127.495,15	146.512,63	144.622,81	143.498,55	142.329,32	141.113,32
Gastos de Administración		62.790,68	66.902,72	69.085,62	71.355,68	73.716,36	76.171,31	78.724,27	81.379,17	84.140,08	87.011,24
Gastos de Ventas		18.492,29	20.587,04	21.468,69	22.389,36	23.350,81	24.354,87	25.403,45	26.498,58	27.642,34	28.836,92
Utilidad antes de participaciones		52.178,55	43.682,88	39.694,26	35.542,51	30.427,98	45.986,45	40.495,09	35.620,80	30.546,90	25.265,15
15% trabajadores		7.826,78	6.552,43	5.954,14	5.331,38	4.564,20	6.897,97	6.074,26	5.343,12	4.582,03	3.789,77
Utilidad antes de impuestos		44.351,76	37.130,45	33.740,12	30.211,13	25.863,78	39.088,49	34.420,83	30.277,68	25.964,86	21.475,38
25% Impuesto a la Renta		11.087,94	9.282,61	8.435,03	7.552,78	6.465,95	9.772,12	8.605,21	7.569,42	6.491,22	5.368,84
UTILIDAD NETA		33.263,82	27.847,84	25.305,09	22.658,35	19.397,84	29.316,36	25.815,62	22.708,26	19.473,65	16.106,53
(+) Amortizaciones y Depreciaciones		9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30	9.402,30
(+) Valor de Salvamento											10.073,52
(-) Inversión Capital de Trabajo	-39.227,84										
(-) Inversión Activos Fijos	-137.648,30										
FLUJO NETO DE CAJA	-176.876,14	42.666,12	37.250,13	34.707,39	32.060,65	28.800,13	38.718,66	35.217,92	32.110,56	28.875,95	35.582,35

Elaborado por: Autora

6.4 Balances Pro forma

6.4.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial muestra los activos y pasivos que tenemos al comienzo del ejercicio económico de la empresa, entre ello tenemos los bienes y las obligaciones de la misma.

**EMPRESA JUGOS NATURALES S.A.
BALANCE DE SITUACION INICIAL
AL 01 ENERO DEL 2012**

ACTIVOS

Activos No Corrientes 137.648,30

Terreno 25.000,00

Edificio 61.144,80

Muebles y Enseres 2.848,50

Equipo de Oficina 580,00

Equipo de Computación 1.995,00

Vehículo 19.990,00

Maquinaria y Equipo 26.090,00

Activo Corriente 39.227,84

Caja- Bancos 39.227,84

TOTAL ACTIVOS 176.876,14

PASIVOS

Pasivo No Corriente

Préstamo LP CFN 76.876,14

Total Pasivo 76.876,14

PATRIMONIO 100.000,00

Capital Social 100.000,00

TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO 176.876,14

6.4.2 Estado de Resultados proyectado

En este estado se muestra las pérdidas o ganancias del ejercicio al final de cada periodo.

Cuadro No. 46
Estado de Resultados Proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas Netas	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12
(-) Costo de producción	67.107,69	69.396,57	70.320,63	71.281,65	73.074,05	74.113,49	76.003,31	77.127,57	78.296,80	79.512,80
(=) Utilidad Bruta	133.461,51	131.172,63	130.248,57	129.287,55	127.495,15	146.512,63	144.622,81	143.498,55	142.329,32	141.113,32
(-) Gastos Operacionales										
Gastos de Administración	62.790,68	66.902,72	69.085,62	71.355,68	73.716,36	76.171,31	78.724,27	81.379,17	84.140,08	87.011,24
Gastos de Ventas	18.492,29	20.587,04	21.468,69	22.389,36	23.350,81	24.354,87	25.403,45	26.498,58	27.642,34	28.836,92
(=) Utilidad Operacional	52.178,55	43.682,88	39.694,26	35.542,51	30.427,98	45.986,45	40.495,09	35.620,80	30.546,90	25.265,15
(-) Pago de interés préstamo	-6.918,85	-6.463,45	-5.967,07	-5.426,01	-4.836,25	-4.193,42	-3.492,73	-2.728,98	-1.896,49	-989,08
(=) Utilidad antes de participaciones	45.259,69	37.219,43	33.727,19	30.116,50	25.591,73	41.793,04	37.002,36	32.891,82	28.650,41	24.276,07
(-) 15% trabajadores	6.788,95	5.582,91	5.059,08	4.517,48	3.838,76	6.268,96	5.550,35	4.933,77	4.297,56	3.641,41
(=) Utilidad antes de impuestos	38.470,74	31.636,51	28.668,12	25.599,03	21.752,97	35.524,08	31.452,01	27.958,05	24.352,85	20.634,66
(-) 25% Impuesto a la renta	9.617,68	7.909,13	7.167,03	6.399,76	5.438,24	8.881,02	7.863,00	6.989,51	6.088,21	5.158,66
(=) UTILIDAD NETA	28.853,05	23.727,38	21.501,09	19.199,27	16.314,72	26.643,06	23.589,00	20.968,54	18.264,63	15.475,99

Elaborado por: Autora

6.4.3 Balance General Proyectado

Cuadro No. 47 Balance General Proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS										
ACTIVOS CORRIENTES										
Caja - Bancos	98.034,83	93.684,16	93.385,14	91.089,96	88.627,58	90.256,45	84.848,00	80.692,59	75.573,81	68.078,05
TOTAL ACTIVO CORRIENTE										
ACTIVO NO CORRIENTE										
Terreno	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Edificio	58.240,42	55.336,04	52.431,67	49.527,29	46.622,91	43.718,53	40.814,15	37.909,78	35.005,40	32.101,02
(-) Depreciación acumulada Edificio	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38	2.904,38
Maquinaria y Equipo	23.741,90	21.393,80	19.045,70	16.697,60	14.349,50	12.001,40	9.653,30	7.305,20	4.957,10	2.609,00
(-) Depreciación acumulada Maquinaria y Equipo	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10	2.348,10
Muebles y Enseres	2.592,14	2.335,77	2.079,41	1.823,04	1.566,68	1.310,31	1.053,95	797,58	541,22	284,85
(-) Depreciación acumulada Muebles y Enseres	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37	256,37
Equipo de computación	1.549,45	1.103,90	658,35	1.549,45	1.103,90	658,35	1.549,45	1.103,90	658,35	1.549,45
(-) Depreciación acumulada Equipo de Computación	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86	642,86
Equipo de Oficina	527,80	475,60	423,40	371,20	319,00	266,80	214,60	162,40	110,20	58,00
(-) Depreciación acumulada Muebles de Oficina	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20	52,20
Vehículo	16.791,60	13.593,20	10.394,80	7.196,40	3.998,00	16.791,60	13.593,20	10.394,80	7.196,40	3.998,00
(-) Depreciación acumulada Vehículo	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40	3.198,40
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	119.041,01	109.836,02	100.631,02	92.762,68	83.557,69	90.344,69	82.476,35	73.271,36	64.066,36	56.198,02
TOTAL ACTIVOS	217.075,84	203.520,18	194.016,17	183.852,64	172.185,26	180.601,14	167.324,35	153.963,95	139.640,17	124.276,07
PASIVOS										
PASIVO NO CORRIENTE										
Pago Préstamo CFN LP	71.816,15	66.300,75	60.288,97	53.736,13	46.593,54	38.808,11	30.321,99	21.072,12	10.989,77	0,00
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	71.816,15	66.300,75	60.288,97	53.736,13	46.593,54	38.808,11	30.321,99	21.072,12	10.989,77	0,00
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y PATRONALES										
Participación Trabajadores	6.788,95	5.582,91	5.059,08	4.517,48	3.838,76	6.268,96	5.550,35	4.933,77	4.297,56	3.641,41
Impuesto a la Renta	9.617,68	7.909,13	7.167,03	6.399,76	5.438,24	8.881,02	7.863,00	6.989,51	6.088,21	5.158,66
TOTAL OBLIGACIONES TRIBUTARIAS Y PATRONALES	16.406,64	13.492,04	12.226,11	10.917,23	9.277,00	15.149,98	13.413,36	11.923,29	10.385,77	8.800,07
TOTAL PASIVO	88.222,78	79.792,79	72.515,08	64.653,37	55.870,54	53.958,08	43.735,35	32.995,41	21.375,54	8.800,07
PATRIMONIO										
Capital Social	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
Utilidades del Ejercicio	28.853,05	23.727,38	21.501,09	19.199,27	16.314,72	26.643,06	23.589,00	20.968,54	18.264,63	15.475,99
TOTAL PATRIMONIO	128.853,05	123.727,38	121.501,09	119.199,27	116.314,72	126.643,06	123.589,00	120.968,54	118.264,63	115.475,99
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	217.075,84	203.520,18	194.016,17	183.852,64	172.185,26	180.601,14	167.324,35	153.963,95	139.640,17	124.276,07

6.5 Evaluación Financiera

6.5.1 Determinación de la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La TMAR es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de operación, los intereses que se pagarán por el financiamiento del proyecto, impuestos y la rentabilidad del inversionista.⁴⁴

La fórmula a utilizar para determinar el TMAR es la siguiente:

$$k_0 = kd (1 - t) \frac{D}{V} + ke \frac{P}{V}$$

6.5.1.1 Cálculo de la TMAR con Financiamiento

Kd	= Costo del préstamo	0,16
T	= Tasa de impuesto	0,09
D	= Monto de la deuda	76.876,14
P	= Monto patrimonio	100.000,00
V	= Valor empresa en el mercado incluyendo deuda y aportes	176.876,14
Ke	= Rentabilidad exigida al capital propio 25%	0,25

Por lo tanto, tenemos:

$$k_0 = 20,46\%$$

⁴⁴ PROYECTOS. <http://www.economia.unam.mx/sua/site/materia/sem4/proyectos/dudas.html>

6.5.1.2 Cálculo de la TMAR sin Financiamiento

P	= Monto patrimonio	100.000,00
V	= Valor empresa en el mercado incluyendo deuda y aportes	176.876,14
Ke	= Rentabilidad exigida al capital propio 25%	0,25

Por lo tanto, tenemos:

$$k_0 = 14,13\%$$

6.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN utilizaremos la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Flujo\ de\ Caja_{Año\ 1}}{(1 + tasa\ de\ oportunidad)^i}$$

6.5.2.1 Cálculo del VAN con Financiamiento

Cuadro No. 48
Cálculo del VAN con Financiamiento

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujos netos generados	- 76.876,14	33.195,36	27.614,29	24.891,61	22.048,73	18.574,43	28.259,93	24.505,19	21.120,97	17.584,58	23.962,05
FSA	1,00	0,83	0,69	0,57	0,47	0,39	0,33	0,27	0,23	0,19	0,16
Flujo Descontado	- 76.876,14	27.556,61	19.029,64	14.239,61	10.470,73	7.322,46	9.248,29	6.657,28	4.763,22	3.292,06	3.723,98

Tasa de oportunidad = 20,46%

VAN CON FINANCIAMIENTO = \$ 29.427,73

Elaborado por: Autora

El resultado del VAN es positivo con una tasa de oportunidad del 20,46%, por ende esto nos indica que es un proyecto viable y se debe realizar en base a la tasa de oportunidad seleccionada.

6.5.2.2 Cálculo del VAN sin Financiamiento

Cuadro No. 49
Cálculo del VAN sin Financiamiento

Tasa de oportunidad = 14, 13%

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujos netos generados	-176.876,14	42.666,12	37.250,13	34.707,39	32.060,65	28.800,13	38.718,66	35.217,92	32.110,56	28.875,95	35.582,35
FSA	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52	0,45	0,40	0,35	0,30	0,27
Flujo Descontado	-176.876,14	37.382,42	28.595,41	23.343,97	18.893,37	14.870,17	17.515,64	13.958,97	11.151,21	8.786,07	9.485,87

VAN SIN FINANCIAMIENTO = \$ 7.106,96

El resultado del VAN es positivo con una tasa de oportunidad del 14,13%, por ende esto nos indica que es un proyecto viable y se debe realizar en base a la tasa de oportunidad seleccionada.

6.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado y está definido como la tasa de interés que reduce a cero el VAN. En términos económicos la TIR representa la rentabilidad exacta del proyecto.

La tasa calculada se compara con la tasa de descuento de la empresa. Si la TIR es igual o mayor que ésta, el proyecto debe aceptarse, y si es menor, debe rechazarse.

La fórmula para el Cálculo del TIR es la siguiente:

$$TIR = TM + (TM - Tm) \frac{VAN\ Tm}{VAN\ Tm - VAN\ TM}$$

6.5.3.1 Cálculo del TIR con financiamiento

Cuadro No. 50

Cálculo del TIR con financiamiento

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujos de Ingresos (Ventas)	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	200.569,20	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12	220.626,12
Flujo de Egresos	148.390,65	156.886,32	160.874,94	165.026,69	170.141,22	174.639,67	180.131,03	185.005,32	190.079,22	195.360,97
FSA	0,83	0,69	0,57	0,47	0,39	0,33	0,27	0,23	0,19	0,16
Flujos de Ingresos actualizados	166.499,37	138.216,84	114.738,54	95.248,40	79.068,96	72.201,64	59.937,06	49.755,81	41.304,01	34.287,87
Flujo de Egresos actualizados	123.184,17	108.113,97	92.030,86	78.369,60	67.073,56	57.152,21	48.935,84	41.722,57	35.585,24	30.361,37

TIR con Financiamiento = 32,50%

Elaborado por: Autora

Relación Costo Beneficio: Se expresa por cada dólar utilizado en la operación normal del negocio, cuánto se recupera por ingresos operacionales exclusivamente.

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria de Flujo de ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de Flujo de egresos actualizados}}$$

B/C	851.258,52	1,25
	682.529,40	

Por cada dólar invertido recuperamos el 25%.

6.5.3.2 Cálculo del TIR sin financiamiento

Cuadro No. 51

Cálculo del TIR sin financiamiento

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujos de Ingresos (Ventas)	62.790,68	66.902,72	69.085,62	71.355,68	73.716,36	76.171,31	78.724,27	81.379,17	84.140,08	87.011,24
Flujo de Egresos	70.670,83	64.269,91	61.162,95	57.931,87	53.778,78	70.341,32	65.898,54	62.119,38	58.189,24	54.102,07
FSA	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52	0,45	0,40	0,35	0,30	0,27
Flujos de Ingresos actualizados	55.014,79	51.358,49	46.466,55	42.049,96	38.061,44	34.458,55	31.203,15	28.260,99	25.601,26	23.196,26
Flujo de Egresos actualizados	61.919,07	49.337,40	41.137,81	34.139,30	27.767,21	31.821,16	26.119,55	21.572,54	17.705,21	14.423,03

TIR con Financiamiento = 15,21%

Elaborado por: Autora

Relación Costo Beneficio:

B/C	375.671,44	1,15
	325.942,28	

Por cada dólar invertido recuperamos el 15%

6.5.4 Punto de equilibrio

Es un punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto que en el proyecto será el jugo de sandia. ($IT=CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos, de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.⁴⁵

6.5.4.1 Costos Fijos y Variables

Cuadro No. 52
Costos Fijos y Variables Anuales

DETALLE	TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
Costos de producción	67.107,69		67.107,69
Gastos administrativos	62.790,68	62.790,68	
Gasto de ventas	18.492,29		18.492,29
Gastos financieros	6.918,85	6.918,85	
TOTAL COSTOS	155.309,51	69.709,53	85.599,97

Elaborado por: Autora

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Matemáticamente el punto de equilibrio para unidades se calcula de la siguiente manera:

⁴⁵ PUNTO DE EQUILIBRIO, http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_del_punto_de_equilibrio

6.5.4.2 Punto de equilibrio en unidades

$$PE \text{ Unidades} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable unitario}}$$

Ingresos Años 1	200.569,20
Costo Fijo	69.709,53
Costo Variable	85.599,97
Unidades producidas anuales	308.568,00
Precio unitario	0,65
Costo variable unitario	0,28
Punto de equilibrio (unidades)	187.094,69

6.5.4.3 Punto de equilibrio en valores

$$PE \text{ ventas} = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Volumen Total de Ventas}}}$$

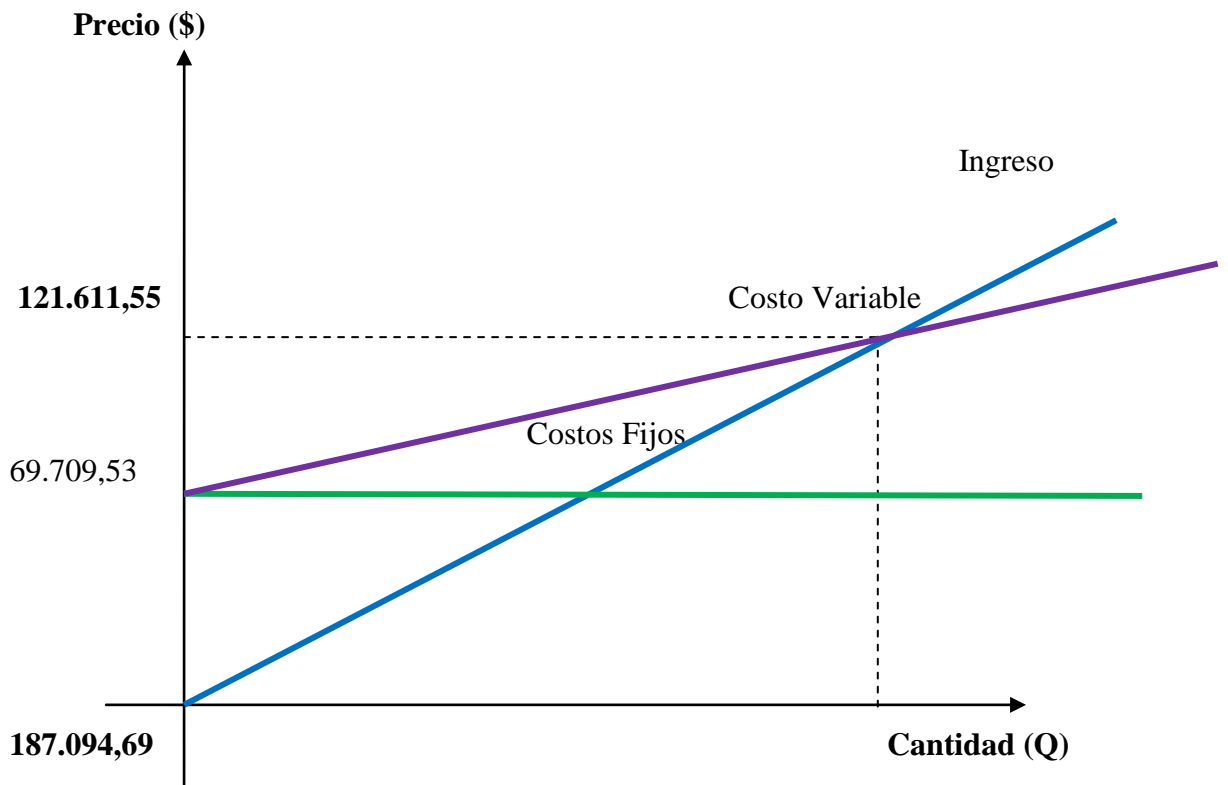
Punto de equilibrio (dólares)	121.611,55
--------------------------------------	-------------------

Para lograr el punto de equilibrio y como se observa anteriormente se deben producir 187.094,69 unidades y en dólares corresponde a \$ 121.611,55 anuales. A continuación, los mismos valores se representan gráficamente:

6.5.4.4 Gráfico del Punto de Equilibrio

Gráfico No. 41

Punto de Equilibrio



6.5.5 Razones Financieras

Las razones o índices financieros no son más que las relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su análisis e interpretación. A través de ellas, se pueden detectar las variaciones irregulares que puedan presentar las cifras de los estados financieros, los cambios y tendencias en los mismos.

Estas razones financieras se dividen en 4 grupos, que analizaremos a continuación:

6.5.5.1 Razones de Liquidez

Miden la capacidad de la empresa para satisfacer o cubrir sus obligaciones a corto plazo.

- Razón Corriente

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón corriente} = \frac{217.075,84}{71.816,15}$$

$$\text{Razón corriente} = 3,02$$

Esto nos indica que el activo corriente de la empresa cubre \$3,02 los pasivos durante el primer año de vida del proyecto. Además de que el activo corriente representa el 300,02% del pasivo corriente.

6.5.5.2 Tasas de Apalancamiento

Mide el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda.

- Razón de Endeudamiento

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{71.816,15}{217.075,84}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = 0,33 = 33\%$$

Los acreedores poseen un 33% de los activos totales de la empresa, el porcentaje restante constituye propiedad de la empresa. Esto corresponde al primer año de vida útil del proyecto

- **Apalancamiento**

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{71.816,15}{128.853,05}$$

$$\text{Apalancamiento} = 0,56 = 56\%$$

Esta razón nos muestra en qué punto los accionistas están por cubrir las deudas, mientras menos sea este indicador es mejor. Por lo tanto, podemos decir que de lo que tenemos el 56% son para cubrir obligaciones.

6.5.5.3 Tasas de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles. Además, estas tasas demuestran la correcta administración de la empresa y quien a última estancia toma decisiones.

- Rendimiento sobre los activos

$$\text{Rendimiento sobre los activos} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

$$\text{Rendimiento sobre los activos} = \frac{28.853,05}{217.075,84}$$

$$\text{Rendimiento sobre los activos} = 0,133 = 13,3\%$$

Este índice nos indica que el 13,3% representa la utilidad con relación a los activos totales.

- Margen de utilidad neta

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{28.853,05}{200.569,20}$$

$$\text{Margen de utilidad neta} = 0,1438 = 14,38 \%$$

Por cada dólar en ventas, 0,14 centavos es para los accionistas.

- Rentabilidad sobre el patrimonio

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{28.853,05}{128.853,05}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = 0,2239 = 22,39\%$$

El porcentaje que la empresa ha ganado sobre el capital invertido es del 22,39%

CAPITULO VII

ANÁLISIS LEGAL Y ORGANIZACIONAL

7.1 Aspectos legales

7.1.1 Marco legal interno del proyecto

El proyecto a realizarse y por su actividad económica, se determina que es una empresa comercial por la compra y venta de un producto terminado, en el cual intervienen dos agentes que son el productor y el consumidor. Para nuestro caso somos productores de jugo natural de sandia.

Para la creación de este negocio, el capital a usarse es totalmente privado, por ende la misma será determinada como una empresa privada para los fines del proyecto. De esta manera se deben considerar los requisitos que son obligatorios para el funcionamiento del negocio.

7.1.2 Trámites de Constitución de la Empresa⁴⁶

Para la creación de la empresa de responsabilidad limitada debemos seguir realizar una serie de pasos para la constitución de la misma:

1. Aprobación del nombre o razón social de la empresa JUGOS NATURALES, en la Superintendencia de Compañías.
2. Apertura la cuenta de integración de capital en cualquier institución bancaria de la ciudad.
3. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía en cualquier notaria.
4. Presentar en la Superintendencia de Compañías, tres ejemplares de la escritura pública con oficio de abogado dirigido a la Superintendencia de Compañías y la papeleta de la cuenta de integración de capital.

⁴⁶ CCQ .

http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=139&Itemid=157

- 5.** Retirar en el lapso de 48 horas de la Superintendencia de Compañías la resolución aprobatoria o un oficio con las correcciones a realizar.
- 6.** Publicar en un periódico de amplia circulación, en el domicilio de la compañía, el extracto otorgado por la Superintendencia de Compañías; y, adquirir tres ejemplares (uno para el Registro Mercantil, otro para la Superintendencia de Compañías y otro para los archivos societarios de la empresa).
- 7.** Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil, en la notaria en donde se elevaron las escrituras de constitución.
- 8.** Inscribir en el Municipio de Quito, las patentes; y, solicitar el certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
- 9.** Afiliarse a la Cámara de Producción que corresponda, de acuerdo al objeto social de la compañía Cámara de Comercio, De Industriales, Agricultura, etc.
- 10.** Inscribir en el Registro Mercantil las escrituras, para ello debe presentar las escrituras con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías ya sentada por la notaria, publicación original del extracto y certificado de la Cámara de Producción correspondiente.
- 11.** Debe inscribir los nombramientos del Representante Legal, Administrador de la Empresa (presentar acta de Junta General y Nombramientos originales).
- 12.** Presentar en la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:
 - a.** Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia inscrita en el Registro Mercantil.
 - b.** Un ejemplar del periódico donde se publicó el extracto.
 - c.** Copias simples de los nombramientos inscritos en el Registro Mercantil.
 - d.** Copias simples de cédula de ciudadanía del representante legal y administrador.
 - e.** Copias simples del certificado de afiliación a la respectiva Cámara de Producción.
 - f.** Formulario del RUC lleno y firmado por el representante legal.
 - g.** Copia simple de pago de agua, luz o teléfono.

- 13.** Una vez revisada la documentación, la Superintendencia le deberá entregar:
 - a.** Formulario del Ruc
 - b.** Cumplimiento de obligaciones y existencia legal
 - c.** Datos generales
 - d.** Nómina de accionistas
 - e.** Oficio al banco (para retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
- 14.** Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- 15.** Registro de la empresa en el Historial Laboral del IESS.

7.1.3 Base Legal de la constitución de la empresa

En la base legal ecuatoriana y en la Superintendencia de Compañías existen 5 Compañías comerciales las cuales se encuentran regidas por la Ley de Compañías.

- Compañía en nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada
- Sociedad anónima
- Compañía de economía mixta

Para nuestro proyecto hemos determinado que la empresa a conformarse será de Sociedad Anónima, y de acuerdo a las estipulaciones legales deberá cumplir con todos los requisitos necesarios para la creación de la misma. La denominación será JUGOS NATURALES S.A.

Una compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está conformado por la aportación de los socios que únicamente responden por el monto de sus acciones. El capital mínimo para su conformación es de \$800,00 (Ochocientos dólares americanos). El capital deberá suscribirse

íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles o inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La minuta de constitución estará detallada en el Anexo No. 7

7.1.4 Ordenanzas municipales

Para constituir una empresa en el Distrito Metropolitano de Quito es necesario cumplir con ciertos requisitos establecidos para realizar las actividades para la cual fue creada dicha empresa. . Es así que el impuesto de patentes municipales se grava para las personas jurídicas y requiere de los siguientes documentos:

7.1.4.1 Registro Único de Contribuyentes RUC

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

Los requisitos para obtener el RUC, en el caso de personas jurídicas se detalla a continuación:

- Formulario RUC - 01- A y RUC - 01- B, suscritos por el Representante Legal.
- Original y copia o copia certificada de la escritura publica de constitución o domicilio inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Copia de cedula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Planilla de servicio eléctrico, telefónico o agua potable de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Comprobante de pago de impuesto predial, puede corresponder al del año actual o del inmediatamente anterior.

Todos los trámites deberán realizarse por el representante legal de la empresa, el agente de retención o el liquidador designado de la compañía. En el caso de que no pudiera hacerlo, se deberá emitir una carta de autorización en la que se faculte a realizar todas estas actividades.

7.1.4.2 Permiso de funcionamiento

Este requisito es obligatorio para el funcionamiento de un establecimiento en el Distrito Metropolitano de Quito, otorgado por la Dirección Provincial de Salud, con los siguientes documentos en orden:

Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública Acuerdo Ministerial 818. ⁴⁷

⁴⁷ MINISTERIO DE SALUD PUBLICA, <http://www.msp.gob.ec/index.php/Permisos-de-Funcionamiento/informacion.html>

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC.
3. Copia de cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el ministerio de Salud Pública.
6. Plano de establecimiento a escala 1:50 7.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos
9. Copia de o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de Salud del Ministerio de Salud Publica.

Adicionalmente, se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

7.1.4.3 Permiso del cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, se necesita:

Requisitos:

- Informe del inspector
- Copia de cédula del Representante Legal
- Copia de la patente actual
- Copia del RUC

7.1.4.4. Cámara de Comercio de Quito

La unidad de negocios de la CCQ⁴⁸, nos indica los requisitos para registrarse como nueva empresa y afiliarse a esta institución.

Para Personas Jurídicas se requiere realizar los siguientes pasos:

- Solicitud de afiliación.
- Copia de la escritura de constitución de la empresa.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías. En caso de bancos o instituciones financieras, la resolución de la Superintendencia de Bancos y, en caso de sociedades civiles o colectivas, la sentencia del juez.
- Copia de la cédula o pasaporte del representante legal.

7.1.4.5 Registro Mercantil

Para inscribir la empresa en el Registro Mercantil se necesita lo siguiente:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo 3 copias).
- Pago de la Patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

⁴⁸ CCQ. Cámara de Comercio de Quito.

http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=139&Itemid=15

7.2 Cultura organizacional de la empresa

“La cultura organizacional se ha definido como una suma determinada de valores y normas que son impartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos son el entorno de la organización.”⁴⁹

La cultura organizacional es a su vez una cultura corporativa que cada una de las personas que laboran en la misma se sienten identificados con todos los valores impartidos, en definitiva esto es un modelo o una guía a seguir y se refleja en el comportamiento de estas personas. Sin embargo, esta cultura no es rígida, siempre habrá un cambio por realizar para una mejor toma de decisiones y por adaptarse al medio externo.

7.3 Razón social

La razón social es la que identifica a una empresa de otras, además de que es un nombre con el cual se caracterizará entre las empresas y el mercado.

El nombre comercial y razón social es la siguiente:

Gráfico No. 42

Razón Social de la Empresa

JUGOS NATURALES S.A.

Nombre comercial: **JUGO DE SANDIA**

Razón social: Jugos Naturales S.A

⁴⁹ WIKIPEDIA.DEFINICION DE CULTURA ORGANIZACIONAL.
http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_organizacional

El giro del negocio es la producción de jugo de Sandia y comercializarlo en el mercado Colombiano, Bogotá.

En efecto, el producto llevará el nombre de **JUGO DE SANDIA**.

7.4 Visión

Ser una empresa líder en la exportación de jugos naturales de alta calidad hacia todos los países de la región sur y centro de América, desarrollada con los mejores estándares de en su elaboración y eficaces canales de distribución que permitan contribuir con la economía ecuatoriana y su desarrollo.

7.5 Misión

Somos una empresa productora y comercializadora de jugo de sandia, orientados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes al elaborar un producto natural y de calidad para nuestro mercado. Estamos comprometidos con el crecimiento de las microempresas y el cuidado del ambiente en nuestro país.

7.6 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos de la organización radican en una correcta visión y planificación de cada una de las actividades que se interrelacionan entre sí para proveer al mercado de un producto de calidad que satisfaga las necesidades del cliente.

Entre los principales objetivos estratégicos encontramos los siguientes:

- Llegar a ser la mejor empresa productora y exportadora de jugo de Sandia hacia el mercado Colombiano.
- Establecer e implantar una infraestructura adecuada para la producción de la bebida.

- Contar con la tecnología necesaria para poder realizar un eficaz proceso productivo con la fruta.
- Cumplir con los estándares de calidad que la ley reconoce como obligatorios para poder producción este producto.
- Contar con los canales de distribución eficientes para llevar el producto hacia el destino final de exportación.
- Analizar el mercado Colombiano
- Determinar el tamaño del mercado.
- Proveer al mercado Colombiano una bebida de Sandia de excelente calidad que cumpla con todas las normas sanitarias necesarias que establece la ley.
- Satisfacer las expectativas de los posibles y potenciales consumidores colombianos

7.7 Políticas

Tener unas políticas corporativas a seguir es una cuestión necesaria para marcar un camino, el cual sirva de guía para ofrecer un producto óptimo y acorde a las necesidades del mercado.

Las políticas que serán factor de cumplimiento en la creación del proyecto son las siguientes:

- Entregar al cliente un producto de calidad al momento de distribuirlo.
- Definir el tiempo máximo de respuesta de todos los requerimientos tanto internos como externos a fin de una entrega puntual y efectiva del producto.
- Atender a la cartera de clientes con responsabilidad, amabilidad y compromiso.
- Realizar el trabajo con excelencia.
- Cumplir el reglamento interno vigente en la organización.

- Estamos al servicio de nuestros clientes, comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y salud de todos los que formamos la Empresa.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante la capacitación para nuestros colaboradores.

7.8 Análisis FODA

Fortalezas

1. Es un producto natural sin colorantes.
2. Es un producto con altos estándares de calidad.
3. Alta tecnología en equipos que asegura la correcta su elaboración del producto.
4. Mano de obra capacitada y preparada para el manipuleo de la fruta en el proceso de producción del jugo.
5. Materia prima de calidad para la extracción de la fruta.
6. Personal altamente capacitado, con vasta experiencia y estudios superiores lo cual nos ayudará en el Área Administrativa de la empres

Debilidades

1. Poca experiencia en exportaciones.
2. Falta de recursos económicos para competir con el producto nuevo en mercado Colombiano.
3. Relativo conocimiento de negocios con empresarios Colombianos.

Oportunidades

1. Creciente demanda de jugo de frutas en Colombia
2. Prioridad del Gobierno en promover las exportaciones.
3. Promoción de las exportaciones de este tipo de productos.
4. Colombia es un país netamente consumidor de jugos naturales
5. Oferta de un producto de calidad a precio similar a la competencia
6. Campañas informativas del consumo de bebidas bajas en calorías en Ecuador y Colombia.
7. Mejoramiento en el control de procesos (Normas ISO).
8. Incremento en la demanda mundial de bebidas y jugos naturales.

Amenazas

1. Amplia competencia en el mercado colombiano de jugos.
2. Sustitutos de la sandía por otras frutas ya transformadas en bebidas.
3. Inestabilidad comercial del Ecuador.
4. Barreras arancelarias por parte del país importador.
5. Ruptura de relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia.
6. Inestabilidad económica del Ecuador.

7.8. Reglamento Interno

El reglamento interno son aquellas normas elaboradas por la empresa para determinar las condiciones a las que deben sujetarse los colaboradores en el cumplimiento de sus prestaciones. Además tiene por objeto regular la relación empleador y empleado por un excelente clima laboral.

Para establecer un reglamento interno para nuestra organización hemos tomado el Reglamento que expone el Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador, en el que

tomamos como base para determinar las condiciones y relaciones laborales entre los miembros de la empresa.

Reglamento interno de la empresa:⁵⁰

- Los trabajadores de la empresa serán contratados por un contrato escrito, sujetos a las condiciones establecidas en el Código del Trabajo.
- Los contratos individuales celebrados por primera vez, tendrán un período de prueba de noventa días. Durante o al término de este periodo cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato sin indemnización alguna.
- Una vez concluido el periodo de prueba se establece el contrato por un año, posterior a este tiempo se considera como contrato de trabajo indefinido.
- Cuando por motivos de fuerza mayor se produzca vacantes o nuevas necesidades de personal, la Empresa buscará la persona más idónea mediante una selección de candidatos que deberán cumplir con ciertos requisitos como:
 - Ser mayor de edad;
 - Cumplir con requisitos académicos mínimos necesarios para el cumplimiento de sus actividades.
 - Demostrar antecedentes.
- Los aspirantes al puesto de trabajo deberán presentar los siguientes documentos:
 - Cédula de ciudadanía Certificado del último sufragio
 - Cédula Militar (para hombres)
 - Carné del IESS
 - Certificado actualizado del último trabajo
 - Dos certificados actualizados de honorabilidad y honradez

⁵⁰ MINISTERIO DE TRABAJO, “Formato de un Reglamento Interno de Trabajo”
<http://www.mintrab.gov.ec/MinisterioDeTrabajo/Documentos/Reglamento%20Interno.pdf>

- Partida de nacimiento de los hijos (de existir)
 - 4 fotografías tamaño carne Certificado de tipo de sangre
 - Certificado del lugar de domicilio
 - Record policial.
-
- La jornada de trabajo será de lunes a viernes desde las 8:00 Hrs. am hasta las 17:30 Hrs. pm, con un periodo intermedio de almuerzo de 30 minutos que será desde la 13:00 pm hasta las 13:30 pm.
 - Si por motivos de trabajo se requiere que los empleados laboren un horario extraordinario éste será cancelado como horas extras de acuerdo a lo que establece el Código de trabajo.
 - En caso de que el empleado no pueda asistir a su lugar de trabajo se solicita sea notificado por escrito en la medida de lo posible ante el departamento de Recursos Humanos.
 - La puntualidad con la que se inicien las actividades diarias en la empresa se considerará como fundamental por ello los empleados tendrán un margen de 10 minutos de tolerancia, al no cumplir con esta norma se considera como atraso, por lo que se tomará acciones disciplinarias.
 - Para el control de la hora de llegada y salida se utilizarán tarjetas que deberán ser timbradas en los relojes marcadores.
 - La empresa pagará sus remuneraciones cada quincena, incluidos los beneficios de ley y las horas extras que se hayan registrado. El pago se realizará mediante cheque de la empresa.
 - Los empleados serán sancionados en caso de que se compruebe actos de discriminación física o verbal hacia sus compañeros, ya sea por su raza, edad, color, sexo, nacionalidad, discapacidad.

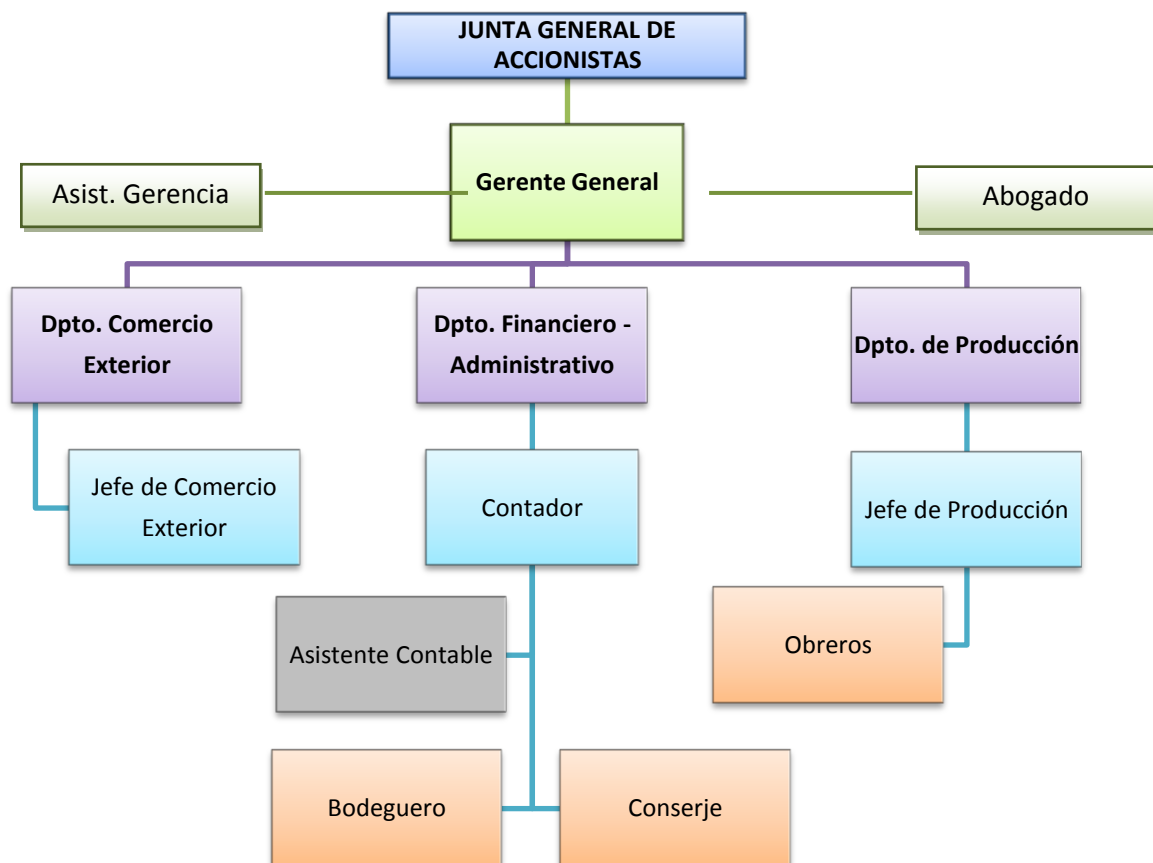
- Se prohíbe el uso y comercialización de drogas y alcohol en las horas laborales ya que afecta no solo a la salud física y mental de los empleados sino también a la imagen de la empresa.
- A partir de primer año de trabajo dentro de una misma empresa, el empleado tendrá derecho a 15 días de vacaciones anuales pagadas.
- Los reclamos o quejas que deseen presentar los trabajadores deberán ser presentados ante el departamento de Recursos Humanos.
- El trabajador que por motivos laborales tenga que trasladarse fuera de su lugar habitual de trabajo recibirá viáticos para su movilización.
- Los empleados deberán demostrar buena conducta y ética ante sus superiores y compañeros con el fin de mantener un buen ambiente de trabajo.
- Los empleados deberán presentarse a su lugar de trabajo con ropa adecuada y cuidando su aspecto personal.
- Todos los integrantes de la empresa deberán tratar con respeto y cortesía a los clientes, proveedores y público en general.
- Los empleados no podrán usar herramientas o equipo de la empresa con fines personales.
- Queda prohibido solicitar o pedir a los clientes dinero, propinas o beneficios por los servicios prestados a ellos.
- Los empleados no podrán revelar algún dato confidencial de la empresa.

7.9 Organigrama Estructural

La estructura de la empresa está basada en jerarquía de acuerdo a la asignación de funciones. Está conformado en el nivel más alto por la Gerencia General y Técnica, seguido de áreas funcionales como Jefe de Ventas, Procesos, Recursos Humanos, Logística.

Gráfico No. 43

Organigrama Estructural de la Empresa “JUGOS NATURALES S.A.”



Elaborador por: Autora

7.10. Estructura funcional y operativa

▲ Gerente General

Es quien tiene la máxima autoridad y es el encargado de dirigir y supervisar de manera inmediata el trabajo de las demás jefaturas a su cargo, planea medidas y métodos destinados a satisfacer las necesidades de todas las áreas, además el Gerente General es el Representante Legal de la empresa.

Dirige y controla las políticas acordadas con el fin de lograr los objetivos planteados.

Perfil cargo Gerente General

- Título profesional en: Administración de Empresas, Gerencia Empresarial o Ingeniería Comercial.
- Otros estudios: Comercio Exterior, Marketing Internacional y Estratégico.
- Idioma: Español e Inglés (Avanzado).
- Experiencia mínima 5 años en cargos similares
- Género Masculino o Femenino
- Disponibilidad para viajar
- Flexibilidad de tiempo
- Fomentador del trabajo en equipo
- Habilidad para negociar con proveedores y clientes
- Capacidad de liderazgo
- Integridad ética y moral
- Capacidad para la correcta toma de decisiones.

▲ Asistente de Gerencia

Esta persona desempeña la función de asistir al Gerente General en reuniones, agendas, viajes, citas, atención de llamadas, clientes, elaboración de informes y reportes; etc.

Esta persona será preparada en la carrera de Administración de empresas y / o afines a la carrera. Realizará una labor importante ya que su preparación es importante por la realización de informes mensuales y diarios para la gerencia.

Perfil cargo Asistente de Gerencia

- Título profesional o egresada en: Administración de Empresas, Gerencia Empresarial o Ingeniería Comercial.
- Otros estudios: Comercio Exterior.
- Idioma: Español e Inglés (Intermedio - Avanzado).
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares
- Uso avanzado de paquetes informáticos.
- Género Femenino
- Disponibilidad para viajar
- Flexibilidad de tiempo
- Fomentador del trabajo en equipo
- Habilidad para negociar con proveedores y clientes
- Capacidad de liderazgo
- Integridad ética y moral
- Informar a tiempo novedades a la Gerencia General

▲ Abogado

Es la persona preparada en Jurisprudencia, quien lleva a cabo toda la parte legal de la empresa, desde la constitución de la misma hasta todo la parte laboral de la compañía. Las tareas más comunes que desarrollan los abogados en el ámbito empresarial se vinculan con los procesos de fusiones y adquisiciones; radicación y venta de compañías; diseño de instrumentos financieros, defensa de la competencia, importaciones y exportaciones; impuestos, derecho laboral, y asesoramiento sobre contratos de accionistas, entre otras.

Perfil cargo Abogado

- Título profesional Doctorado o Abogado en Derecho
- Otros estudios: Comercio Exterior, Derechos Internacionales
- Idioma: Español e Inglés (Intermedio).
- Experiencia mínima 5 años en cargos similares
- Género Masculino o Femenino
- Disponibilidad para viajar
- Flexibilidad de tiempo

▲ Departamento Financiero – Administrativo

Inicialmente, se manejará la parte contable y Talento Humano en un solo departamento, a fin de distribuir el trabajo a la persona correcta y de la mejor manera.

En el Área Financiera, principalmente tendrá la función principal de analizar costos y gastos que se presenten en el proceso productivo, además del pago de sueldos a los empleados administrativos y de ventas. El área en sí, manejará toda la parte financiera tanto del personal como de la producción.

Cabe mencionar, que por la información que nos proporcione este departamento habrá la correcta toma de decisiones en la Gerencia General.

Adicionalmente, se manejará el Talento Humano tanto administrativo como de Ventas. Principalmente con la elaboración del Rol de Pagos de cada empleado y posibles eventualidades que se presenten con los mismos.

▲ **Contador general**

Es responsable de la planificación, dirección, supervisión y control de las operaciones contables de la empresa, velando por mantener actualizados sus estados financieros, y cumplir con las obligaciones tributarias y las disposiciones legales emitidas por los organismos de control.

Perfil cargo Contador General

- Título profesional: Contador CPA, Auditoria o Finanzas
- Otros estudios: Comercio Exterior, Administración de Empresas.
- Idioma: Español e Inglés (Intermedio - Avanzado).
- Experiencia mínima 5 años en cargos similares
- Uso avanzado de paquetes informáticos.
- Género Masculino o Femenino
- Flexibilidad de tiempo
- Fomentador del trabajo en equipo
- Integridad ética y moral
- Informar a tiempo novedades a la Gerencia General
- Habilidad para realizar reportes contables
- Capacidad de análisis financiero (Indispensable)

Asistente contable

Esta persona dará el apoyo total en las funciones del contador con facturas, impuestos, declaraciones, balances, estados financieros, cuentas por pagar, por cobrar, etc. Será graduado de la carrera de Administración de empresas o Auditoria con experiencia, ya que tendrá funciones muy importantes y reportara directamente al contador general de la empresa.

Perfil cargo Asistente Contable y RRHH

- Título profesional: Auditoría o Finanzas
- Otros estudios: Administración de Empresas.
- Idioma: Español
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares
- Uso avanzado de paquetes informáticos.
- Género Masculino o Femenino
- Flexibilidad de tiempo
- Integridad ética y moral
- Informar a tiempo novedades al Contador General
- Habilidad para realizar reportes contables
- Capacidad de análisis financiero

▲ Bodeguero

- Graduado del Bachillerato
- Género Masculino
- Conocimientos básicos de inventarios
- Responsable de Materia prima
- Capacidad de control de inventarios

▲ Conserje

- Estudios básicos, mínimo primarios
- Género Masculino o Femenino
- Responsable
- Habilidad para organizar oficina y área de producción
- Puntual y Honrado
- Experiencia mínima de 1 año en cargos similares

▲ **Departamento de Producción**

En este departamento se concentrarán todos los procesos productivos y las habilidades de cada una de las personas que van a desempeñar sus funciones en esta área.

▲ **Jefe de producción**

Es el encargado de supervisar y responder ante la Gerencia General por todas las actividades y procesos llevados a cabo en la planta durante la elaboración de la bebida, capaz de tomar decisiones a tiempo y que sean adecuadas para un adecuado manejo de tiempos al atender requerimientos de los clientes. Además es responsable del planeamiento operativo y la gestión administrativa de la producción.

Perfil cargo Jefe de producción

- Título profesional: Ingeniería en Procesos
- Otros estudios: Administración de Empresas, Normas ISSO, Proceso de Alimentos
- Idioma: Español – Inglés Avanzado
- Experiencia mínima 5 años en cargos similares
- Uso avanzado de paquetes informáticos.
- Género Masculino
- Integridad ética y moral
- Informar a tiempo novedades a la Gerencia General
- Habilidad para realizar reporte.
- Fomentador del trabajo en equipo
- Capacidad para la correcta toma de decisiones

▲ **Obreros**

Son las personas que realizan todas las actividades en el proceso productivo.

Perfil cargo Obreros

- Estudios secundarios, mínimo bachiller
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares
- Género Masculino
- Integridad ética y moral
- Confiable y puntual
- Hábil
- Informar a tiempo novedades al jefe inmediato
- Trabajo en equipo

▲ **Departamento de Comercio Exterior**

Este departamento es en donde se realizará el contacto para realizar las exportaciones hacia Colombia, además de todos los trámites necesarios. Además, donde los planes de negocios se harán posibles y surgirán nuevas estrategias para abarcar más mercado y sobretodo que el producto a entregar este posicionado en el mercado internacional.

▲ **Jefe de Comercio Exterior**

Es el responsable de todas las acciones de marketing, promoción y comercialización del producto de la empresa y el lanzamiento de nuevas campañas de tal modo que se maximice las ventas. Esta persona será conocedora amplia de comercio exterior, trámites aduaneros, documentos necesarios para realizar la exportación, leyes y reglamentos de la Corpei y demás organismos controladores

del comercio internacional. Realizará todos los procesos y trámites necesarios para cerrar negociaciones con los posibles clientes.

Perfil cargo Jefe de Comercio Exterior

- Título profesional: Ingeniería en Comercio Exterior
- Otros estudios: Administración de Empresas, Marketing Internacional, Negocios Internacionales, Legislación Aduanera, Tributación.
- Idioma: Español – Inglés Avanzado
- Experiencia mínima 2 años en cargos similares
- Uso avanzado de paquetes informáticos.
- Género Masculino o Femenino
- Integridad ética y moral
- Informar a tiempo novedades a la Gerencia General
- Habilidad para negociar con clientes y proveedores
- Habilidad para coordinar la logística dentro y fuera del país.
- Proactivo y Líder
- Fomentador del trabajo en equipo
- Capacidad para la correcta toma de decisiones.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- Para abarcar mercados internacionales en cuanto a las bebidas de fruta natural y la diversidad de gustos y preferencias de las mismas, las estrategias para ingresar en este mercado difieren por factores físicos y sociales como son políticas y prácticas legales, factores culturales, fuerzas económicas, influencia geográfica.
- El jugo natural tiene una gran acogida en este amplio mercado de bebidas, de esto surge la idea de producirlo y llegar a competir con demás bebidas para dar un valor agregado a quienes lo consuman.
- La mayoría de las empresas que comercializan bebidas de toda índole son solamente importadoras de las mismas sin tener una visión de producir y exportar. La falta de una planificación estratégica en cuanto a buscar nuevas oportunidades de negocio tanto nacional como internacionalmente limita a que solo las empresas se dediquen a traer estos productos.
- Colombia, un país en el que todo se produce inclusive mucho de estos jugos naturales, es un mercado amplio pero no cuenta con una bebida como la de Sandia.
- A nivel mundial, la producción de bebidas a base de fruta se encuentra altamente fragmentada, pues participan desde procesadores domésticos hasta las grandes multinacionales; en algunas zonas como en Estados Unidos y en la Unión Europea, se observa una fuerte penetración de marcas y, además, una segmentación del consumo de acuerdo con factores como la edad, la actividad física y la preferencia por productos orgánicos, entre otros.
- La sandia, por ser una fruta refrescante tendrá mucha acogida en el mercado colombiano por el clima de la ciudad destino.

- Ecuador cuenta con condiciones de clima favorable para el cultivo de frutas y vegetales, por lo cual el mercado nacional ofrece una variedad de tipos de frutas para la elaboración de bebidas, néctares y jugos.
- La sandía es una de las frutas más grandes del mundo, llegando normalmente a más de 4 kilos. La sandía suele ser consumida tanto por su exquisito sabor como por sus propiedades nutricionales, además de actuar como un poderoso hidratante al contar con grandes cantidades de líquido en su pulpa.
- La fortaleza del peso y la reactivación del consumo interno llevaron a un significativo incremento de las importaciones de bienes. Como resultado, aumentó el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, a un 3,1% del PIB.
- Reducir la ingesta de calorías es un objetivo que tienen muchas empresas de acuerdo al afán de la población mundial por estar saludable.
- Es un hecho que la tendencia saludable ha llegado para quedarse y que los colombianos, a pesar de no sufrir de sobrepeso, están preocupándose cada vez más por comer bien.
- El incremento en la producción de frutas en los últimos años puede atribuirse, en parte, al mayor consumo de jugos de frutas, gracias a que ha habido una mayor demanda e interés de la población por bebidas a base de pulpas de frutas, como los jugos o néctares.
- Los términos de negociación con el importador lo realizaremos en términos FCA en donde se acordará la entrega en el lugar convenido, que es Tulcán y se realizará la descarga del producto para que posterior a esto, se realice la distribución a nuestros clientes potenciales.
- La partida arancelaria que define las especificaciones del producto a exportar es la **2009801900** que son los demás jugos obtenidos de una fruta. La partida arancelaria de la sandía es la 080711.
- El Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador, Venezuela (Países Miembros de la Comunidad Andina) busca un comercio justo y libre de aranceles para poder realizar mayor numero de negociaciones e intercambios. De esta manera se incentiva el comercio entre estas naciones y brinda beneficios en la transacción comercial.

- Para el proyecto, usaremos la carta de crédito como único y exclusivo medio de cobro ya que en vista de los riesgos que cada una de las partes implica en la transacción comercial.
- El financiamiento externo del proyecto lo realizaremos a través de la Corporación Financiera Nacional.
- El resultado del VAN es positivo\$ **22.707,57**. con una tasa de oportunidad del 20,51%, por ende esto nos indica que es un proyecto viable y se debe realizar en base a la tasa de oportunidad seleccionada.
- La rentabilidad de la empresa es de 28,59% (TIR), es nos indica que es un proyecto que es viable y puede realizarse.

8.2 Recomendaciones

- Incentivar la creación de nuevos proyectos para exportación de productos manufacturados en nuestro país.
- Solicitar el apoyo del gobierno para financiar la mayoría de los proyectos universitarios.
- Realizar conferencias de comercio exterior en instituciones universitarias para conocer el campo en el cual podemos crear nuevos productos y exportarlos.
- Buscar nuevas mercados internacionales a fin de posicionar nuestra bebida como una opción en el momento de comprar jugos de frutas.
- Revisar constantemente los gastos administrativos y de ventas a manera de proveer posibles imprevistos con el capital de trabajo.
- Trabajar en conjunto con el personal del área de producción por posible reingeniería de procesos y actualización de la maquinaria.
- Asesorarse continuamente con la CORPEI de nuevas alianzas estratégicas entre naciones y los beneficios que podríamos obtener con el ingreso a nuevos tratados.
- Aprovechar de mejor manera los recursos que tenemos a fin de incrementar la producción inicial (60%).
- Incrementar una nueva línea de productos con la fruta tratada, inicialmente en el mercado local.

Bibliografía:

- SAPAG Nassir, Preparacion y Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Quinta Edición.
- BRAVO Mercedes, Contabilidad General. Editorial Nuevo día. Sexta Edición
- Ley Orgánica de Aduanas.
http://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-mla-law-customs.html
- BANCOLEX Banco de Comercio Exterior y Banco de la República. Estadísticas Precios de Supermercados en Bogotá.
- PROCESAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS,
<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm>
- Portal “Alimentación Sana”
<http://www.alimentacionsana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/sandia.htm>
- Otra Medicina
<http://www.otramedicina.com/2010/02/16/beneficios-de-la-sandia>
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones
- ESPINOZA, Susana. Determinación de los costos de calidad en la industria de los jugos envasados. escuela superior politécnica del litoral. facultad de ciencias humanísticas y económicas.
- INDEX MUNDI. PERFIL JULIO 2011
http://www.indexmundi.com/es/colombia/poblacion_perfil.html
- PROYECCIONES COLOMBIA,
<http://lanota.com/index.php/proyecciones/Proyecciones-Introduccion-y-resumen.html>
- AMERICA ECONOMICA,
<http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/colombia-ventas-externas-del-pais>

- SALARIO MÍNIMO VITAL EN AMÉRICA,
http://es.wikipedia.org/wiki/Salario_m%C3%ADnimo#Colombia
- Estudio de Foodtrends International realizado por Ipsos- Napoleón Franco a finales de 2007
- Énfasis Alimentación online. Mercado de bebidas colombiano. Muestra Variaciones
<http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/13528-mercado-bebidas-colombiano-muestra-variaciones>
- TRADEMAP
http://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS.aspx
- WIKIPEDIA, Canales de Distribución,
http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n
- HORTYFRUTA
http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=36019
- COMEX
http://comexi.gob.ec/acuerdos_comerciales.shtml
- SICE
http://www.sice.oas.org/TPD/ANDCties_MER/ANDCties_MER_s.ASP
- PRO ECUADOR
<http://proecuador.gob.ec/?qa.faqs=certificados-de-calidad>
- EMBALAJE INTERNACIONAL
<http://pdf.rincondelvago.com/requisitos-y-tramites-para-exportar.html>
- CARTA DE CREDITO
<http://www.monografias.com/trabajos17/carta-de-credito/carta-de-credito.shtml#defin>
- MINISTERIO DE SALUD PUBLICA
<http://www.msp.gob.ec/index.php/Permisos-de-Funcionamiento/informacion.html>
- WIKIPEDIA.DEFINICION DE CULTURA ORGANIZACIONAL.
http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_organizacional

ANEXOS

Anexo No. 1

Formulario DAU

[illegible][illegible]

28) FIRMA AUTORIZADA DEL EXPORTADOR Nombre: _____ Cédula No.: _____ AGENTE AFIANZADO DE ADUANA Nombre: _____ Código No.: _____		Firma Autorizada Banco Corresponsal: _____ 29) Fecha de concesión: _____ 30) Fecha Caducidad: _____		
TRAMITE ADUANERO				
31) DISTRITO	CODIGO	34) No. FACTURA COMERCIAL	37) BANDERA TRANSPORTE	CODIGO
32) DECLARACION ADUANERA No.		35) FECHA ULTIMO EMBARQUE	38) PUERTO DE EMBARQUE	CODIGO
33) FECHA ACEPTACION	36) VIA TRANSPORTE	CODIGO	39) PAIS DESTINO	CODIGO
41) SUBPARTIDA ARANCELARIA	42) UNIDADES FISICAS	43) PESO BRUTO KILOS	44) PESO NETO KILOS	45) VALOR FOB
	TIPO CANTIDAD			
46) TOTAL EXPORTADO				
47) ADUANA/AFORADOR:	48) ADUANA/RECAUDACION:		49) OBSERVACIONES:	
f)	f)			
No.				

Anexo No. 2

Cotización Muebles y Enseres

Telefono: 2558900
 Casilla : 09-01-4187

ALMACENES BOYACA S.A
 AV. DIEZ DE AGOSTO S/N Y CUERO Y CAIC
 Guayaquil OCTUBRE 19 DEL 2011 16:44:41

PAG. = 001
 R.U.C.: 0990010110001
 Fax...: 2566580

Factura

LoBo Codigo	Cantidad Med.	Descripcion	Precio % Dcto	Precio Neto	Total	So Co
3322 62993	6.00	UNID MUEBLE P/COMPUTADORA COLOR CHOCOLATE	388.67 10.00	349.8000	2.098.81	
1301 52405	3.00	UNID REPISA D/MADERA CAMEL C/SOPORTE 25X15	58.67 10.00	52.8030	158.40	
1402 59735	2.00	UNID TACO TOMACORRIENTE CHINO 2P+T MATIX	3.04 40.00	1.8240	3.64	
3322 23093	10.00	UNID SILLA SECRETARIA NEGRA HIDRAULICA	42.84 30.00	29.9880	299.88	
3001 28562	1.00	UNID MESA RECTANG.PLEGABLE BLANCA 75X182 C	105.00 30.00	73.5000	73.50	

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA

Sub-total	Desctos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Redondeo	Total
2,634.23	282.24	2,351.99			282.24		2,634.23

FORMA DE PAGO: EF.-CH.NC.TJ.COR
 Cliente: MENDEZ DANIELA Agente: FERNANDO PAREDES 083309499. FIN DE PROFORMA

S% Adicion

CodigoC: 1300020845
 ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA
 SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS NOS LO PERMITAN

Somos Contribuyente ESPECIAL no retener el I.V.A
 Notificacion No-519 - 26/JUL/1996

PAG. = 001

Anexo No. 3

Cotización equipo de computación

CINTICOMP
!!!SUPER COMBO ESTUDIANTIL!!!

PROCESADOR INTEL CELERON 2.60GHZ
MEMORIA CACHE E3400 1MB/ BUS 800 MHZ

DISCO DURO INTERNO 500GB 7200 RPM

MEMORIA RAM DE 2GB DDR3 KINGSTON PC 1333

DVDRW (QUEMADOR DE CD'S Y DVD'S) SAMSUNG 22X

LECTOR DE MEMORIAS 5EN1 SD/MC/MMC/XD/USB

MOTHERBOARD BIOSTAR G41/ BUS 800 /FAX MODEM

TARJETA DE SONIDO/ VIDEO / RED

CASE EXCLUSIVO DE IMPORTACION ATX 600W

FLAT PANEL 19" SAMSUNG

!!! GRATIS!!!

- ✓ PARLANTES EXCLUSIVOS 2 PIEZAS
- ✓ TECLADO MULTIMEDIA
- ✓ MOUSE ÓPTICO CON SCROLL USB
- ✓ PAD MOUSE CINTICOMP, DISEÑOS EXCLUSIVOS
- ✓ COBERTORES 3 PIEZAS CINTICOMP, TECLADO MONITOR/ CASE

SUPER OFERTA CINTICOMP: \$399 x 5

PRECIO NORMAL: \$458.85

Kingston
ATENCIÓN: DE LUNES A VIERNES DE 09H00 A 19H30 / SÁBADOS DE 9H30 A 19H00 NO CERRAMOS AL MEDIO DÍA.

DELL
Genius

Total 1995 =

MATRIZ QUITO: Tomás de Berlanga N42-147 e Isla Genovesa Telfs: 227 6350 / 600 0835 / 6 / 7
SUR DE QUITO: Alonso de Angulo Oe2-511 y Lauro Guerrero Telfs: 261 0328 / 265 0116 / 265 2596
AMBATO: 12 de Noviembre Oe9-32 y Tomás Sevilla (frente al huerto) Telf: 03 242 7700
GUAYAQUIL: Luque 221 entre Chile y Pedro Carbo Telfs: 04 251 3094 / 600 0383
CUENCA: Av. Gran Colombia 510 y Mariano Cueva (frente a delgado travel)
Telfs: 07 282 9489 / 283 0457
www.cinticomp.com

Anexo No. 4

Cotización Materia Prima

De: Agroprocesadora LAEL [mail: agroprocesadorael@uio.satnet.net]

Enviado el: miércoles, 26 de octubre de 2011 15:46

Para: Daniela Cristina Méndez Posligua

Asunto: RE: Cotización

Estimada Daniela,

Buenas tardes. Con la información detallada del número de fruta que usted requiere para la elaboración de su producto podríamos negociarlo con un precio unitario de 0,85 centavos. Nosotros cubriríamos el costo del envío hacia su planta.

Favor indicar cada qué tiempo requerirá su pedido.

Saludos cordiales.

Marcela González

Departamento de Ventas
Agroprocesadora Lael

Anexo No. 5

Cotización Materiales Indirectos

De: Scanpack [mail: scanpack@uio.satnet.net]

Enviado el: martes, 25 de octubre de 2011 13:20

Para: Daniela Cristina Méndez Posligua

Asunto: Cotización

Estimada Daniela,

Por favor ayúdenos detallando el peso de su producto para recomendarle una caja específica, ya que nosotros trabajamos según las necesidades de nuestros clientes.

En espera de su pronta respuesta.

Saludos cordiales.

Sofía Sánchez.

Asistente de Logística
Scanpack

Anexo No. 6

Correo Electrónico Cotización Flete

De: Diana Lindao [mail: dlc@tpsac.com.ec]

Enviado el: martes, 25 de octubre de 2011 09:15

Para: Daniela Cristina Méndez Posligua

Asunto: Cotización para flete

Buen día Daniela,

El precio para llevar su producto refrigerado a Tulcán desde su planta tendrá un costo de \$600 por embarque.

Estaremos gustosos de trabajar con usted.

Saludos cordiales.

Ing. Diana Lindao C.

OPERATION DEPARTMENT

Far East Traffic

Correo: dlc@tpsac.com.ec

Visite: www.tpsac.com.pe

Anexo No. 7

Permiso de funcionamiento Bomberos

Anexo N° 7 SOLICITUD DE PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO (FORMULARIO UNIFICADO)										(CÓDIGO)	
A: INFORMACION RELATIVA AL ESTABLECIMIENTO Y ACTIVIDAD PARA LA CUAL SOLICITA PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO: (No dejar espacios en blanco, escribir claro de preferencia letra imprenta o de molde. libre de tachaduras).											
1	MOTIVO DE PRESENTACIÓN:		2	GRUPO DE RIESGO:			3	CÓDIGO CIU	4	TIPO DE ACTIVIDAD O SERVICIO PRINCIPAL: ACCESORIA (S):	
	1 ERA VEZ			A	B	C					
	RENOVACION										
5 NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O NEGOCIO QUE SOLICITA PSF:											
6 PROVINCIA:			7 CANTON:		8 DISTRITO:						
9 DIRECCIÓN EXACTA DEL ESTABLECIMIENTO (OTRAS SEÑAS ESPECÍFICAS):											
10 TELÉFONO:			11		N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		12		APDO. POSTAL:		
									13 CORREO ELECTRÓNICO:		
14 NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:										15	CÉDULA DE IDENTIDAD O JURÍDICA:
16 LUGAR DE NOTIFICACIÓN PERSONA FÍSICA O JURÍDICA PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO EMPRESA O NEGOCIO:											
17 TELÉFONO			18		N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		19		APDO. POSTAL:		
									20 CORREO ELECTRÓNICO:		
21 RAZÓN SOCIAL DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO							22		CÉDULA JURÍDICA		
23 NOMBRE DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE, O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:										24	CEDULA DE IDENTIDAD
25 LUGAR DE NOTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL INMUEBLE O SU REPRESENTANTE LEGAL EN CASO DE PERSONA JURÍDICA:											
26 TELÉFONO			27		N° DE FAX PARA NOTIFICACIONES:		28		APDO. POSTAL:		
									29 CORREO ELECTRÓNICO:		
30 N° TOTAL DE EMPLEADOS:			31		N° HOMBRERES:			N° MUJERES:		32	
										No. TOTAL DE CUENTES U OCUPANTES:	
33 HORARIO DE TRABAJO (APERTURA Y CIERRE):							34		HORARIO DE ATENCIÓN DE USUARIOS:		
35 AREA DE TRABAJO EN METROS CUADRADOS:											
36 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS OFERTADOS : (Ver instrucciones al dorso usar hojas adicionales si es necesario)											
37 GENERA DESECHOS PELIGROSOS: () SI () NO CANTIDAD POR MES:											
B: INFORMACIÓN ESPECÍFICA PARA ESTABLECIMIENTOS DE SALUD Y AFINES:											
38 NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE SERVICIOS DE SALUD O AFINES):										39	No. CEDULA:
40 LUGAR DE NOTIFICACION RESPONSABLE TÉCNICO:											
41 TELÉFONO:			42		N° FAX PARA NOTIFICACIONES:		43		APDO. POSTAL:		
									44 CORREO ELECTRÓNICO:		
45 PROFESIÓN DEL RESPONSABLE TÉCNICO:			46		ESPECIALIDAD DEL RESPONSABLE TÉCNICO:					47	REGISTRO DEL COLEGIO PROFESIONAL:
48 N° PERSONAL PROFESIONAL:							49		N° PERSONAL TÉCNICO		
50 FIRMA DEL RESPONSABLE TÉCNICO (EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O AFINES):											
51 FIRMA DEL PROPIETARIO DE LA ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO:										AUTENTICACION:	

C: LOS SIGUIENTES ESPACIOS SON DE USO EXCLUSIVO DEL MINISTERIO DE SALUD (Deben llenarse conforme lo señala el instructivo).										
52 FECHA DE RECIBIDO DE SOLICITUD:			53		NOMBRE DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE LA SOLICITUD					
54 SELLO					55		N° DE SOLICITUD			
D. REQUERIMIENTOS DE LA SOLICITUD										
1. DECLARACIÓN JURADA () 2. COPIA COMPROBANTE DE PAGO DE SERVICIOS () 3. COPIA DE LA CÉDULA DE IDENTIDAD () 4. CERTIFICACIÓN REGISTRAL O NOTARIAL DE LA PERSONERÍA Y CÉDULA JURÍDICAS VIGENTES () 5. LISTADO DEL PERSONAL PROFESIONAL Y TÉCNICO EN CIENCIAS DE LA SALUD Y AFINES A LA SALUD ()										

Anexo No. 8

Minuta de constitución para sociedad anónima

MINUTA DE CONSTITUCION SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Intervienen en el otorgamiento de esta escritura..... (nombres, nacionalidades y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 2, vayan a ser accionistas de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario).

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

Título I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1°.- Nombre.- El nombre de la compañía que se constituye es ...

Artículo 2°.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es... (nombre del cantón seleccionado como domicilio principal de la compañía). Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3°.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en:... (Se estará a lo dispuesto en el numeral 3° del artículo 150 de la Ley de Compañías. En el cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4°.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es de... (se expresará en años), contados desde la fecha de inscripción de esta escritura.

Título II

Del Capital

Artículo 5°.- Capital y de las acciones.- El capital suscrito es de... (suma en que se lo fije, que no puede ser menor de 800 dólares de los Estados Unidos de América), dividido en ... (número de acciones en que se fraccione el capital) acciones ordinarias

y nominativas, de (valor de cada acción, que será de un dólar o múltiplos de un dólar)... de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del ... al ... (Se podría redactar este artículo dividiendo las acciones por series, de modo que en cada una de ellas, sin desatender la norma sobre el valor nominal, tengan las acciones correspondientes a cada serie un determinado importe) (CAPITAL AUTORIZADO OPTATIVO).

Título III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el Presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7°.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- De las clases de juntas, de las facultades de la junta, de la Junta General Universal, del quórum de instalación, del quórum especial de instalación, del quórum de decisión, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9°.- El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV

De la fiscalización

Artículo 10°.- Comisarios.- La junta general designará... (número de comisarios que nombre), cada ...(número de años que comprendan el período para el que se nombre al o a los comisarios), quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

Título V

De la disolución y liquidación

Artículo 11°.- Norma general.- La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

Anexo No. 9

Financiamiento CFN

Condiciones del Crédito

MONTO

- Desde US. 50.000 a nivel nacional.
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)
- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

PLAZO

- Activo Fijo: hasta 10 años.
- Capital de Trabajo: hasta 3 años.

PERÍODO DE GRACIA

- Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado. .

TASAS DE INTERÉS

- PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%
- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%
- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%

Formulario CFN

SOLICITUD Y LISTADO DE DOCUMENTOS ENTREGADOS POR EL CLIENTE – PERSONAS JURIDICAS (RPCP-11B)				
<p>Lugar y fecha : _____</p> <p>Señores</p> <p>CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL</p> <p>Presente.</p> <p>De mi consideración:</p> <p>Yo, _____ en calidad de Representante legal de la CIA. _____ presento para su análisis y verificación, la documentación y requisitos solicitados, para acceder a la inversión por: _____ USD, destino: Activo Fijo: _____ USD; Capital de trabajo: _____ UDS; Asistencia Técnica _____ USD.</p> <p>Yo, _____ rector de la Universidad _____ ó Director Ejecutivo de la Agencia de Desarrollo Empresarial _____ declaramos que hemos revisado a profundidad el proyecto que presenta la empresa _____ hemos apoyado en su elaboración y consideramos que el proyecto esta adecuadamente sustentado en todos sus supuestos y que las cotizaciones de equipos, maquinarias, activos fijos, sueldos y salarios, ingresos, gastos y en todos los demás rubros económicos de la proyección, están acordes con la realidad actual del Ecuador.</p> <p>Por lo tanto, consideramos que en el proyecto es factible de implementarlo en el mercado y tecnológicamente es factible de realizarlo y utiliza tecnologías ambientalmente amigables, por lo que la Universidad _____ ó la Agencia de Desarrollo _____ considera que la CFN debe invertir en la empresa _____, por cuanto es una compañía que tiene una antigüedad de _____ años y que este proyecto se enmarca en innovación tecnológica, reconversión industrial o generación de valor agregado.</p> <p>Atentamente,</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 45%;"> <p>_____ Firma CI</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>_____ Rector Universidad o Director Ejecutivo Agencia Desarrollo CI y sello</p> </div> </div>				
PARA USO EXCLUSIVO DE LA CFN				
VERIFICACIÓN				
PERSONAS JURÍDICAS				
	Copia RUC			
	Pagos impuesto a la renta de los dos últimos años (de ser el caso)			
	Declaraciones IVA último año (de ser el caso)			
	Copia cédula ciudadanía y papeleta votación de representantes legales			
	Estatutos de la empresa actualizados (escrituras de constitución, reformas de estatutos)			
	Nombramientos vigentes del representante legal de la empresa			

	Certificados de cumplimiento de obligaciones con la Superintendencia de Compañías			
	Certificados de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas			
	Certificado de cumplimiento de obligaciones para con el IESS			
	Registro de patentes y pago de regalías, (de ser el caso)			
	Hojas de vida de los principales ejecutivos y administradores en la actividad			
12.	Proformas de equipos, maquinarias y materia prima contempladas en el plan de inversiones. (de ser el caso)			
13	Presupuesto de obra, planos arquitectónicos en caso de obras civiles, si la construcción es en el área urbana adjuntar permisos aprobados por la autoridad competente. (de ser el caso)			
14	Documento ambiental expedido por el Ministerio de Ambiente, o municipio o autoridad competente (de ser el caso)			
15	Título de propiedad (copias de escrituras) debidamente inscrito del inmueble a aportar. (de ser el caso)			
16	Certificado de gravámenes del bien a aportar (con historial de 15 años si es inmueble)			
17	En el caso de inmuebles, comprobante de pago de impuestos municipales del (los) bien (es) a aportar (del año en curso)			
18	Certificado del INDA del bien a aportar (si esta en el área rural)			
19	Copia de las escrituras del bien inmueble donde se desarrollará el proyecto (de ser el caso)			
20	Certificado original de gravámenes del Registro Mercantil (de ser el caso)			
21	Certificado de gravámenes de la Jefatura o Comisión de Tránsito (en caso de aportar vehículos)			
22	Copia de matrícula de vehículo a aportar (de ser el caso)			
23	Presentar pólizas de seguro, de ser el caso			
24	Propuesta de inversión (carta detalle de la inversión o activos propuestos por el cliente)			
25	Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad o por gestión o por segundo grado de consaguinidad o cuarto de afinidad con la CFN, suscrita por el representante legal, de igual manera para los inversionistas			
26	Avalúo actualizado del bien, realizado por un evaluador calificado por la SBS (solicitado por la CFN posterior)			
		Sí	No	Observaciones
Dispositivo magnético				
	Anexo 1: Solicitud de inversión, Anexo 2: Información básica del cliente, (impresa y debidamente suscrita por el (los) emprendedores)			
	Modelo de evaluación financiera y plantillas de la CFN (grabado en medio magnético)			
3.	Balance de situación, estado de pérdidas y ganancias, (2 últimos años de operación), Cía.			
4.	Presentar pólizas de seguros			
5..	Contenido del proyecto (impreso y grabado en medio magnético)			
RECIBIDO				
Cliente entregó documentación completa: SI ____ NO ____ Documentación pendiente: _____ _____ _____				

Nombre analista CFN	Firma	Fecha
Fecha en la que el cliente completa documentación: Mes____ Día____ Año____		
Nombre:_____ Firma:_____		
Sr. Cliente, usted tiene un plazo máximo de ocho días para completar la documentación.		
DOCUMENTACIÓN DEVUELTA AL CLIENTE		
Nombre cliente	Firma	Fecha